anno 26 n° 11 novembre 2021

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

CENTRI COMMERCIALI

Così rinasce l'offerta f&b

GARE E APPALTI

Contratti sotto controllo grazie al DEC

Sanitaria

COSTI IN SALITA VOLUMI IN PICCHIATA

In caso di mancato recapito inviare al CMP di Milano Roserio per la restituzione al mittente previo pagamento resi

SUPERATE **le aspettative**

"Che dopo la sbandata del Covid, le attività e i mercati stiano rientrando in carreggiata, è un segnale sempre più inequivocabile. L'ultimo ci arriva dalla 42^ edizione di Host terminata un paio di settimane fa che, insieme a Tuttofood, chiude i battenti con oltre 150 mila visitatori e 2700 aziende espositrici. Un bel risultato che acquista più valore se a questo si aggiunge la vivacità e la partecipazione dei tanti addetti ai lavori presenti in fiera.
Il secondo segnale positivo lo porta il Foodservice Award Italy 2021, Il premio biennale che la nostra casa editrice ha lanciato nel 2015 in sinergia con l'altra nostra rivista retal&food e che oggi, alla sua quarta edizione, si conferma appuntamento imprescindibile per le catene f&b che operano in Italia. Quest'anno nonostante lo zampino dell'emergenza sanitaria, contiamo 89 brand finalisti con insegne che rappresentano sia i leader del segmento delle catene, con centinaia di store lungo lo Stivale, sia realtà più piccole ma in deciso sviluppo forti di un'offerta al passo coi tempi. Bene dunque sul fronte della ripresa e della voglia di scrollarsi di dosso il peso e le fatiche degli ultimi mesi.

La ristorazione reagisce da par suo e ci auguriamo di poterla accogliere in piena forma quando, intorno alla metà del prossimo anno, Ristorando proporrà la tradizionale mostra-convegno di due giorni che abbraccerà in una girandola di incontri e dibattiti tutto il mondo della ristorazione moderna."

Premio rivolto a tutte le catene di ristorazione che operano in Italia! Una formidabile occasione di confronto, comunicazione, networking fra operatori e fornitori di prodotti e servizi della ristorazione

Sponsor Platinum

Sponsor Gold

Sponsor Silver

Promosso da

Associazioni partner

EDIFIS Srl
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
info@foodserviceaward.it
www.foodserviceaward.it

I FINALISTI

SUDDIVISI PER CATEGORIA

PANINI

beercode | kitchen & bar

RISTORAZIONE A TEMA

GELATO & CIOCCOLATO

CENTRI COMMERCIALI

TRAVEL

URBAN

INNOVAZIONE E DIGITAL

PREMIAZIONE E GALA DINNER

MARTEDÌ 16 NOVEMBRE

HOTEL MELIÀ MILANO - VIA MASACCIO 19 - MILANO

PER PARTECIPARE E SPONSORIZZARE:
INFO@FOODSERVICEAWARD.IT

NOVEMBRE 2021

RUBRICHE

Ristorando

Anno 26 - numero 11 - Novembre 2021

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina • Antonio Duva • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Davide Moscuzza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Francesca Gerbino • francesca.gerbino@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: BOOST SpA • Cenate Sotto (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu

Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Ristorando
una rivista edita da:

EDIFIS S.r.l.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

La scomparsa di Enzo Andreis, protagonista del foodservice

ENZO ANDREIS

Sabato 23 ottobre è mancato **Enzo Andreis**, uno degli imprenditori che ha fatto la storia della ristorazione collettiva in Italia, fondando negli anni 70 **Ristochef**, poi ceduta al **Gruppo Elior**.
Successivamente, è entrato con successo nel settore della ristorazione commerciale con **MyChef**, di cui ha ricoperto per molti anni il ruolo di amministratore delegato e poi di presidente. Nei suoi 50 anni di attività da protagonista nel mondo del foodservice italiano, Andreis è anche stato particolarmente impegnato sul fronte associativo, contribuendo a creare alla fine degli anni 70 **ANGEM**, l'associazione che riuniva le principali aziende di ristorazione collettiva. Quasi 50 anni dopo ha dato vita a **AIGRIM**, di cui è stato il primo presidente, associazione che riunisce le più importanti catene della ristorazione commerciale in Italia. In anni recenti è stato anche vice-presidente di **FIPE**, dando, anche in questa importante organizzazione, un contributo di grande rilievo, come ha riconosciuto in un suo messaggio il presidente Lino Stoppani. La figura di Enzo Andreis, imprenditore di grande spessore, non si esauriva però esclusivamente nel mondo del business: il suo impegno culturale e sociale, la sua passione per la musica e la scrittura, facevano di lui una persona che, parafrasando Omero, potremmo definire di "multiforme ingegno". La sua scomparsa lascerà sicuramente un vuoto nel mondo della ristorazione organizzata che non sarà facile riempire.

Verso quota 300 pdv: La Piadineria ingrana la... nona

Ben 9 nuovi ristoranti in due mesi: la corsa inarrestabile de **La Piadineria** (verso quota 300 location attive) ha ingranato la... nona dopo la fine delle restrizioni, con numerose opening lungo lo Stivale a settembre e ottobre. Con 4 nuovi locali a Milano collocati in via Imbonati (zona Maciachini), in via Santa Margherita, a due passi dal *Teatro alla Scala* e al *The Sign*, il nuovo centro direzionale di fronte allo *IULM* (Romolo) nonché in zona Rubattino, salgono a quasi 30 i pdv meneghini del brand. Che ha inaugurato poi due grandi locali della tipologia traffic road a Muggiò (MB) e Stradella (PV). A seguire La Piadineria è arrivata nell'outlet *La Reggia* a Marcianise. Quindi, a fine ottobre, è stata la volta delle location di Padova in via San Francesco (la seconda nella città, dopo quella in via Roma) e nel Centro Locale *Le Fornaci* di Beinasco (TO).
Contestualmente alle nuove aperture procede anche l'attività di remodeling e digitalizzazione dei ristoranti storici, o comunque aperti da più tempo, come quelli al centro commerciale Assago *Milanofiori*, al *Da Vinci* di Fiumicino o al *Fiumara* di Genova. Insieme al numero dei ristornanti cresce anche quello degli addetti: a ogni nuova apertura si aggiungono tra i quattro e gli otto nuovi posti di lavoro.

È possibile ordinare dai ristoranti La Piadineria anche utilizzando il servizio di delivery, effettuato in collaborazione con i principali player del mercato (*Deliveroo*, *Glovo*, *Just Eat* e *Foodracers*) e quello di take away, supportato anche dall'APP click and collect, che consente di saltare la coda in punto vendita.
La Piadineria, nata nel 1994, dal 2018 fa parte del fondo **Permira**, che ne ha stimolato e accompagnato la crescita tumultuosa che sta per tagliare il traguardo delle 300 location, ponendo il marchio al primo posto tra le catene fast casual più estese in Italia.

I Love Poke fa 13 a Milano

Con l'obiettivo dichiarato di arrivare il prima possibile a quota 100 punti vendita nella Penisola sull'onda del food trend del momento, prosegue il piano di sviluppo di **I Love Poke**: l'ultima opening in ordine cronologico è quello di Milano in via Manara, che porta a 13 gli store nel capoluogo lombardo. Secondo **Michael Nazir Lewis**, cofondatore del format, i centri commerciali, sia di fascia elevata sia di prossimità, e i centri città, inclusi i comuni di medie e piccole dimensioni, rappresentano i cluster di maggiore interesse per il brand. A questi si sommano i corner all'interno della Gdo e gli spazi nelle palestre. Inoltre, si segnala il progetto dei food truck da installare all'interno dei factory outlet. Il format standard di I Love Poke è di 70-80 mq, con 25-30 posti a sedere, ma può adattarsi anche a spazi più contenuti.

Sodexo crea il ristorante scolastico sostenibile

Dalla mensa "classica" al ristorante scolastico sostenibile: in 30 istituti italiani ha preso il via il progetto *Think Green* di **Sodexo**. Rallentato dalla pandemia e ora ripreso in grande stile, l'obiettivo del progetto è presto detto: agendo a 360° su refettorio, ambiente, arredi, inquinamento acustico, scarti, risparmio energetico e menu (con prodotti coltivati nell'orto della scuola), l'azienda di ristorazione intende aiutare le scuole a trasformare i refettori in ristoranti moderni e sostenibili. Un'iniziativa che ha ottenuto riconoscimenti all'*European Business Awards for the Enviroment* e che punta alla riqualificazione degli spazi e dei servizi in termini di sostenibilità, incluse la rinascita di aree dismesse che possono essere utili al servizio e dell'uso di verdure coltivate direttamente dalle scuole. In soldoni, a seconda dei locali a disposizione, come ha spiegato **Franco Bruschi**, direttore del Segmento Education di Sodexo Italia, l'azienda progetta la soluzione migliore per trasformare il servizio mensa in un ristorante scolastico sostenibile: cioè la messa a sistema di tutte le azioni necessarie per essere in linea con gli obiettivi strategici e di sostenibilità della scuola. Non solo: il menu del concept Think Green è stato studiato dai nutrizionisti di Sodexo e ha la caratteristica di rispettare il ciclo della natura e della stagionalità dei prodotti, così da garantire un minor impatto ambientale. Grande attenzione anche ai metodi di cottura, che sono stati scelti in modo da garantire la minor perdita di nutrienti, mantenendo inalterate le qualità organolettiche dei piatti. Al programma legato alla sostenibilità, Sodexo ha dedicato anche una piattaforma tecnologica (*WasteWatch*) basata sull'utilizzo di algoritmi di intelligenza artificiale che automatizzano la raccolta dei dati sullo spreco. In questo modo l'azienda può intervenire su diversi aspetti della filiera, dalla logistica agli acquisti, in modo da ottimizzare gli approvvigionamenti delle singole mense.

Digital payment: la ristorazione prema sull'acceleratore

Gli italiani scoprono i pagamenti elettronici e il mondo della ristorazione lavora per adeguarsi, migliorando i servizi e minimizzando oneri e costi. Ma con velocità differenti. Perché se è vero che gli italiani rimangono tra i peggiori pagatori digitali d'Europa, i ristoranti e i bar soffrono una carenza infrastrutturale che, complice il crollo dei fatturati dovuto alla pandemia e ai lockdown, è ancora da sanare. Sono ancora tante le imprese non attrezzate per gestire i pagamenti digitali, anche se durante l'emergenza passi avanti importanti nella gestione vendite online (delivery) e nei pagamenti onsite. Di tutto questo si è parlato allo stand di **Fipe-Confcommercio**, la Federazione italiana dei Pubblici esercizi, durante *HostMilano 2021*. I dati di *Banca d'Italia* parlano chiaro: secondo **Luciano Sbraga**, direttore dell'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, nel 2020 gli italiani hanno effettuato 3,7 miliardi di transazioni digitali, tra carte di credito e debito, per una spesa totale di 210 miliardi. Senza dimenticare che negli ultimi 10 anni il numero di Pos in circolazione è cresciuto del 139%, arrivando a 3,6 milioni di apparecchi installati, mentre tra carte di credito e debito in mano agli italiani ci sono 75 milioni di carte. Di fronte a tutto questo, il mondo della ristorazione è chiamato ad accelerare perché il digitale anche nei pagamenti è oramai un trend inarrestabile. Ma occorrono Pos evoluti e sistemi di cassa integrati perché i pagamenti, soprattutto per consumi veloci e di piccolo importo, devono essere veloci. Da qui la necessità di rafforzare gli incentivi per la digitalizzazione e per contenere i costi delle commissioni. Aggiornare i software di cassa, per prima cosa, per fare in modo che dialoghino in maniera semplice e immediata con i sistemi di pagamento digitale. Ma anche archiviare e condividere le fatture elettroniche con rapidità ed efficienza e, in generale, ridurre gli oneri a carico degli esercenti.

Dussmann inaugura un nuovo centro cottura

Taglio del nastro a Burolo (TO) per il nuovo centro di cottura **Dussmann Service**, dove ogni giorno vengono preparati oltre duemila pasti. La cucina centrale ha una superficie di 700 metri quadrati, produce in modalità fresco caldo e veicola, anche grazie all'impiego di mezzi ibridi, pasti per le scuole di Ivrea, Banchette, Cigliano, Lessolo e Cascinette d'Ivrea.

Le opere di ristrutturazione dei locali sono state eseguite con l'obiettivo di rendere gli ambienti più confortevoli ed efficienti, riducendo i consumi e l'impatto ambientale. In questa direzione l'area lavaggio è stata completamente rinnovata con l'inserimento di nuove attrezzature, è stata prevista un'illuminazione a risparmio energetico ed è stato rifatto l'impianto termico sia per quanto riguarda l'acqua per utilizzo sanitario che per il riscaldamento. Inoltre, oltre alle tradizionali zone di preparazione dei pasti, sono state previste due zone separate, una dedicata alla diete speciali e una alle lavorazione destinate a persone celiache.

La disposizione dei locali, infine, garantisce il rispetto del criterio della marcia in avanti, ovvero i percorsi degli alimenti sono orientati in modo da non tornare indietro nello svolgimento di un'operazione, per evitare incroci e possibili contaminazioni nelle diverse fasi di lavorazione (pulizia, lavorazione, cottura, assemblaggio, servizio).

Roadhouse taglia il traguardo dei 200 locali con i suoi format

Con l'inaugurazione del nuovo ristorante a Fiorano Modenese, il 4° della provincia di Modena, il 21° in Emilia Romagna, **Roadhouse Spa** ha superato quota 200 locali, esattamente a vent'anni dal taglio nastro in quel di Legnano della prima steakhouse di casa **Cremonini**. Nel tempo, la società si è evoluta diventando una holding che sviluppa brand di proprietà nel segmento della ristorazione casual dining: accanto al marchio primigenio **Roadhouse Restaurant**, che con Fiorano sale a quota 167 locali, Roadhouse Spa sviluppa i format **Calavera Restaurant**, ispirato alla cucina messicana nato nel 2017 e che ora conta 14 ristoranti; **Billy Tacos**, fast che propone ricette street food di ispirazione messicana che ha raggiunto in pochi mesi 17 pdv; **Smokery**, insegna dedicata alle specialità di carne affumicata Low&Slow con innovativa formula "all day". L'apertura del 200° ristorante di Roadhouse Spa non è un punto di arrivo: nel 2022 è previsto un importante accelerazione allo sviluppo con 10-15 locali in apertura in diverse regioni.

Löwengrube apre a Ravenna il 3° pdv dell'Emilia Romagna

Löwengrube, l'italianissima catena di birrerie che promuove l'autentica esperienza di ristorazione bavarese, ha inaugurato una nuova bierstube a Ravenna. Dopo il successo di Bologna e Modena, anche nella città romagnola è ora possibile rivivere le atmosfere dell'Oktoberfest in modalità permanente, sorseggiando le birre storiche di Monaco e gustando i piatti tipici della cucina bavarese e alto-atesina.

Il nuovo locale si inserisce nella cornice del parco commerciale *Teodorico*, all'interno di un edificio indipendente che può ospitare fino a 350 persone (fra sale interne e biergarten esterno, il "giardino della birra" così tipico dei ristoranti bavaresi). Il locale è stato realizzato applicando il concept store del brand: 630mq ospiteranno all'interno lo spazio Oktoberfest per i gruppi, lo spazio family con adiacente area kinder montessoriana per i giochi dei bambini e la zona più appartata adatta a coppie e piccoli gruppi di amici. I 230 mq di area esterna permetteranno invece ai clienti di ristorarsi all'aperto. Il nuovo punto vendita di Ravenna dà lavoro a 30 persone in tutto, che si aggiungono alle 70 già impiegate a Bologna e Modena. È già in programma la quarta apertura in regione a Reggio Emilia, prevista entro la primavera 2022. La catena fondata dai due imprenditori italiani **Pietro Nicastro** e **Monica Fantoni** prevede di chiudere l'anno 2021 con 30 locali attivi.

Best Burger di McDonald's: lo capisci solo se... lo provi

Panini più succosi, caldi e buoni: dopo la svolta made in Italy che ha portato ad avere l'85% dei fornitori di materie prime con passaporto tricolore, è questo il portato dell'innovativo procedimento di preparazione dei sandwich introdotto da McDonald's, che progressivamente verrà implementato in tutti gli oltre 610 locali del colosso del quick service lungo lo Stivale.

È una novità assoluta che parte dalle cucine e arriva sui vassoi dei clienti **McDonald's**: la svolta interessa sia la cottura della carne sia la preparazione del pane e poi dell'intero panino, in modo da valorizzare il sapore e la qualità di ciascuno degli ingredienti presenti nella ricetta del Big Mac.

Dal pane più morbido e caldo, alla lattuga ancora più fresca e croccante, all'hamburger più gustoso, fino alla cremosità della salsa: grazie al nuovo procedimento *Best Burger* si ottiene un contrasto di consistenze, densità e calore capace di esaltare in modo uniforme tutti gli ingredienti. Ma migliore non è solo il gusto, ma anche il servizio: i nuovi procedimenti garantiscono infatti una riduzione del 30% dei tempi di attesa dell'ordine da parte del consumatore, che quindi riceverà sul suo vassoio un prodotto servito ancora più rapidamente, più caldo e più buono.

Frutto di lunghi studi e ricerche, per l'implementazione di Best Burger l'azienda ha investito oltre 70mila ore di formazione per i suoi dipendenti, come ha sottolineato il nuovo AD della costola italiana di McDonald's, **Dario Baroni**. Contestualmente alla presentazione della novità a tappe in 15 città italiana, su tv e altri mezzi di comunicazione è partita la campagna con il rapper Ghali come protagonista, all'insegna del claim: "Lo capisci solo se lo provi!".

Pokéria by Nima tra aperture e insalate "verticali" di Planet Farms

Crescita e evoluzione "verticali" per **Pokéria by Nima**: il brand fondata nel 2018 da **Marco Perego** e **Nicolò Caparra**, ha aperto due nuovi locali a Parma e Novara e arricchisce ora il proprio menu grazie alle insalate firmate *Planet Farms*: la catena ha scelto infatti come partner la start-up fondata da **Luca Travaglini** e **Daniele Benatoff** che ha avviato la più grande e avanzata *vertical farm* d'Europa.
La coltivazione verticale nello stabilimento di Cavenago di Brianza (MB) vanta al suo interno un processo di crescita integrato che parte da semi non trattati e termina con prodotti confezionati pronti al consumo: insalate sostenibili, dal gusto autentico e con una shelf life più lunga.
Tutte le referenze sono coltivate 365 giorni all'anno in ambiente puro, senza pesticidi e diserbanti: ciò consente di utilizzare le risorse in maniera responsabile, risparmiando il 90% di superficie e il 95% di acqua rispetto ad altri prodotti analoghi provenienti da agricoltura tradizionale in pieno campo.
Pokéria by Nima è parte di **Gooddeat Group**, azienda del settore della ristorazione di cui fa parte anche il brand **Nima Sushi**. Grazie all'ingresso nel Gruppo di un terzo investitore con una quota di minoranza, è stato appena varato un aumento di capitale complessivo in equity di 5 milioni di euro. Con questa iniezione di liquidità, l'obiettivo a medio termine è portare il marchio Nima in tutte le regioni italiane. I due fondatori mantengono inalterate le cariche operative.

CIRFOOD lancia l'Osservatorio sul futuro del foodservice

In occasione della *Giornata Mondiale dell'Alimentazione* che si è celebrata il 16 ottobre scorso, è stato lanciato il portale dedicato all'Osservatorio di **CIRFOOD DISTRICT**.
In un contesto in cui tre miliardi di persone, circa il 40% della popolazione mondiale, non possono accedere ad un'alimentazione sana e equilibrata e i modelli alimentari mondiali non sono pienamente sostenibili, **CIRFOOD** ribadisce l'importanza della ristorazione collettiva nel garantire a tutte le comunità una nutrizione sana, buona e sicura. Ogni hanno l'azienda guidata da **Chiara Nasi** serve oltre 100 milioni i pasti in scuole, aziende e strutture sociosanitarie, in coerenza con la visione *Feed the future* che rappresenta il suo impegno nel migliorare gli stili di vita delle persone nel rispetto dell'ambiente, nutrendo il futuro di idee e prospettive per garantire a tutta la società uno sviluppo sostenibile dal punto di vista economico, ambientale, sociale e culturale.
Il nuovo sito dell'Osservatorio CIRFOOD DISTRICT, una piattaforma che raccoglie i risultati delle analisi e delle ricerche, accessibili a tutti, mira a diffondere una maggiore consapevolezza collettiva sui temi della nutrizione. L'Osservatorio, che si compone di un team di professionisti coadiuvato da importanti istituti di ricerca, è nato per ascoltare e osservare i cambiamenti e i nuovi bisogni dei consumatori, allo scopo di indirizzare l'attività di progettazione del DISTRICT nel trovare nuove soluzioni orientate al miglioramento dei modelli alimentari e dei servizi a essi connessi.

L'agricoltura italiana sempre più green

Con una percentuale di appena il 7,2% di tutte le emissioni di gas serra prodotte a livello nazionale, contro il 44,7% dell'industria e il 24,5% dei trasporti, l'**agricoltura italiana** è settore leader per la sostenibilità. Lo dice **Coldiretti** sul nuovo rapporto *Greenitaly*: il crollo delle emissioni dei gas serra nel 2020 ha confermato che i veri responsabili dell'inquinamento sono le attività industriali e il traffico bloccati dalle misure restrittive legate all'emergenza sanitaria mentre gli allevamenti italiani continuavano a lavorare a pieno regime per garantire i rifornimenti alimentari.

Questo è un trend che vede l'agricoltura italiana ai primi posti anche a livello europeo, con emissioni pari a 30 milioni di tonnellate di Co2, la metà della Francia (76 milioni di tonnellate) e largamente sotto i 66 milioni di tonnellate della Germania, i 41 milioni del Regno Unito e i 39 milioni della Spagna. A spingere la svolta green è stata la possibilità di diversificare le attività a livello aziendale, valorizzando i residui e i sottoprodotti di origine agricola, oltre a far fronte a costi crescenti per raggiungere l'autosufficienza energetica.
Obiettivo: immettere nella rete 6,5 miliardi di metri cubi di gas "verde" da qui al 2030. Come? Partendo dall'utilizzo degli scarti delle coltivazioni e degli allevamenti è possibile arrivare alla realizzazione di impianti per la distribuzione del biometano a livello nazionale per alimentare le flotte del trasporto pubblico come autobus, camion e navi oltre alle stesse auto dei cittadini. Gli impianti di biogas in Italia oggi producono 1,7 miliardi di metri cubi di biometano ma è possibile arrivare entro il 2030 a 6,5 miliardi con la trasformazione del 65% dei reflui degli allevamenti.

All'Accademia del Mannarino i segreti della macelleria

Un appuntamento settimanale da **Il Mannarino** per imparare le tradizioni culinarie e i trucchi del mestiere sotto la guida di esperti macellai: la prima catena di macellerie con cucina, forte di 4 location aperte e di 2 in fase di lancio a sud di Milano e a Como, dà il via alla seconda edizione de l'**Accademia del Mannarino** nel locale di via Tenca a Milano. Ogni martedì, alle ore 20:30, un numero limitato di ospiti potrà prendere parte alla cena con workshop che li condurrà alla scoperta dei trucchi dell'antica arte della macelleria, guidati da addetti ai lavori di comprovata esperienza e abilità.

Un'occasione speciale in cui i macellai ("i mannarini") più esperti del format sveleranno agli ospiti i segreti per lavorare, tagliare e cucinare la carne. Dai tagli più particolari alle perfette marinature, dalla marezzatura alla frollatura. L'Accademia del Mannarino si svolge come una vera e propria cena al ristorante, comodamente seduti al tavolo. A far compagnia agli ospiti ci sarà il "mannarino", un macellaio di fiducia che, tra una portata e l'altra, racconterà l'arte della macelleria coinvolgendo i commensali nella preparazione dei piatti che verranno serviti. Gli ospiti infatti avranno la possibilità di mettere le mani in pasta e immedesimarsi nel ruolo, preparando le iconiche pietanze che contraddistinguono le macellerie di quartiere de Il Mannarino: dal Capocollo di Martina Franca alla Tartare di Fassona Piemontese, passando per la Zampina di Sammichele e le celebri Bombette, fino alla Costata e alla Fiorentina.

Miscusi: in zona Bocconi il 6° pdv a Milano del format di pasta

A stretto giro dall'apertura a Londra, **Miscusi** inaugura la sesta location nel capoluogo lombardo. Il nuovo ristorante con taverna in zona Bocconi, per l'esattezza in viale Bligny 7, è il 13° in Italia e arriva dopo il recente taglio nastro a Covent Garden.
Molte le novità che accompagnano l'apertura di Miscusi Bocconi: in primis un nuovo menu di stagione, sempre caratterizzato dalla biodiversità, che punta tutto su trafile fatte di blend di grani antichi e legumi in rotazione, biologici, senza fertilizzanti e coltivati nel rispetto del terreno in cui crescono. Quindi, il ritorno delle cene cantate, eventi a menu fisso a base di pasta, musica e good vibes, nella taverna che ospita anche il primo cocktail bar Miscusi. Infine, un corner dedicato alla pasta in versione "happiness to go", per le pause pranzo veloci di studenti e professori dell'Università.
Tornando ai piatti, con quelli del nuovo menu, Miscusi riesce a emettere il 50% in meno di CO_2 rispetto a un pasto medio italiano. Un risultato derivante da un approccio basato su tracciamento e controllo della filiera: i ristoranti del marchio misurano infatti l'impatto di ogni singolo piatto di pasta, e lavorano sulle trafile e sui condimenti, sugli ingredienti plant-based e sulle proteine di origine animale provenienti da allevamenti biologici o tracciati, come ha spiegato **Alberto Cartasegna**, ceo di Miscusi, commentando l'impegno in chiave di sostenibilità da parte dell'azienda, premiato anche dalla recente conquista della certificazione internazionale B-Corp.

Con Rosita Galletto e Birra la Vallespluga arriva a Milano

Ha acceso i fuochi nella cucina del ristorante di via Fiamma a Milano il 5° locale a insegna **Rosita Galletto e Birra**. Nato nel 2016 da un'idea di **Maurizio Balboni** e **Rolando Alberti**, imprenditori della ristorazione brianzola con all'attivo 10 insegne, l'approdo nel capoluogo lombardo si deve alla joint venture con **Filippo Sironi** e **Gianmarco Venuto**, fondatori de **Il Mannarino**, il format di "macelleria di quartiere con cucina" attento al benessere delle persone e degli animali. Rosita infatti serve solo galletti cresciuti all'aria aperta nel verde delle fattorie della Vallespluga, in provincia di Sondrio, a ridosso delle Alpi, e nutriti con mangimi vegetali. I galletti di filiera garantita, già ordinabili attraverso le principali piattaforme di delivery, possono essere finalmente degustati anche nel primo store meneghino: il punto vendita milanese Rosita si inserisce nel panorama della ristorazione locale proponendo uno "street food" in chiave "urban" e accogliente, con biciclette e tavole da surf attaccate alle pareti, mattonelle rosse, luci al neon e box in legno con sedute in pelle rossa in stile pub americano per offrire la possibilità di mangiare in loco.

L'agroalimentare italiano batte il Covid

A prova di Covid. A un anno dallo scoppio della pandemia il settore **agroalimentare made in Italy** va oltre le attese: nel 2020 il comparto vale 522 miliardi di euro, il 15% del Pil italiano. Si tratta di un settore strategico per il sistema Paese, con un giro d'affari che coinvolge 740.000 aziende agricole, oltre 330.000 realtà nella ristorazione, ben 230.000 punti vendita al dettaglio, 70.000 industrie alimentari e 4 milioni di lavoratori. Ecco quanto è emerso dalla X edizione del seminario "Food, Wine & Co", l'evento che dal 2012 valorizza l'eccellenza delle realtà italiane nel settore agroalimentare ed eno-gastronomico.
Il lockdown ha accelerato fenomeni quali la digitalizzazione del food&beverage e fatto crescere in maniera esponenziale il food delivery, per un giro d'affari nel 2020 di 706 milioni di euro pari a una crescita del 19% sul 2019. Il secondo grande trend dell'alimentare italiano, analizzato in occasione del seminario "Food, Wine & Co. Food Sustainability", è incentrato sulla dimensione del cibo in rapporto ad uno stile di vita sano, ispirato al benessere e alla salute. Non a caso, il 54% dei consumatori ha optato per un'alimentazione più sana nel 2020 rispetto a 10 anni fa, prediligendo cibi biologici e dando maggior attenzione al cibo come fattore fondamentale di wellness, salute e prevenzione. Il cibo del futuro, invece, è plant-based: si stima che il consumo di prodotti a base vegetale crescerà del 20% entro il 2024.

Tris di novità f&b autunnali a Roma Termini

Grandi Stazioni Retail accelera nello sviluppo di Roma Termini in vista dei ponti festivi autunnali. Tra le novità assolute, ha aperto da poco **Five Guys**, marchio di fast food americano che ha preso posto nella foodcourt al primo piano della stazione. Si tratta della seconda apertura italiana, dopo quella in corso Vittorio Emanuele a Milano. Passando dalla carne marcinata ai dolci gourmet, anche quest'anno l'alta pasticceria di **Iginio Massari** torna in stazione con i suoi pop-up store. Le prime aperture sono avvenute appunto a Roma Termini e Napoli Centrale, in attesa che altre location vengano svelate. L'iniziativa è partita con largo anticipo rispetto al 2020, al fine di intercettare la ripresa interna del traffico e sfruttare i prossimi periodo festivi come Halloween, Immacolata e Natale.
Intanto, in concomitanza con l'inaugurazione alla Stazione di Milano, a Termini ha riaperto **Mercato Centrale** dopo quasi un anno di chiusura forzata. Un mercato che si è presentato al pubblico con alcune novità, come le botteghe **Il vino al bicchiere**, **Il Gelato**, **Il cornetto**.

Camst group lancia il bilancio per la sostenibilità

Ridurre l'impronta ambientale, utilizzare energie rinnovabili, combattere lo spreco alimentare, sostenere i dipendenti attraverso iniziative dedicate, gestire al meglio i rifiuti, rispettare e incentivare il benessere animale: queste le sfide del bilancio di sostenibilità 2020 di **Camst group**, in linea con gli SDGs dell'*Agenda 2030*, che quest'anno prende vita anche in formato digitale con contenuti testuali, fotografici, video e podcast che raccontano l'impegno dell'azienda sulle politiche di sostenibilità in un periodo difficile come quello segnato dall'emergenza da Covid-19. Il 2020 è stato l'anno dell'esplosione della pandemia, l'emergenza sanitaria ci ha tenuto lontani dagli spazi della conoscenza, della cultura, del sapere: luoghi che sono rimasti quasi completamente deserti, come quelli della convivialità e della ristorazione. Perché cultura, istruzione e lavoro hanno molte cose in comune, a cominciare proprio dallo spazio. È da qui che muove l'edizione 2020 del bilancio di sostenibilità dell'azienda raccontato attraverso una ricognizione fotografica a firma di una giovane fotografa, Marika Puicher, in alcuni luoghi del sapere e della cultura del nostro Paese e che sono anche luoghi di lavoro dell'azienda. Gli scatti fotografici – che hanno come protagonisti i dipendenti dell'azienda di ristorazione e di facility services – sono stati realizzati in sei città dei diversi territori dove opera l'azienda: a Bologna il Teatro Arena del Sole e Palazzo Re Enzo, a Ravenna l'Istituto Randi, a Bertinoro il Centro Universitario Fondazione Ce.U.B., a Parma l'Università e l'Auditorium Paganini, a Torino il Palalpitour e a Firenze la Fortezza da Basso.

Marr: ricavi nel trimestre a 532 milioni (+30%)

Marr ha conseguito ricavi totali nel trimestre pari a circa 532 milioni di euro, comprensivi di 22 milioni relativi alle attività del **Gruppo Verrini** assorbite lo scorso aprile. Si tratta di un incremento sia rispetto ai 509 milioni registrati nel 2019 sia ai 409 milioni ottenuti nel 2020 (pari a una progressione del 30%), nonché sul medesimo trimestre 2019 (+4%).
La società del gruppo **Cremonini** ha annunciato anche un piano di investimenti per realizzare nuove piattaforme, riposizionando e ampliando le unità operative per circa 170 milioni di euro nel periodo 2021-2024. Al contempo, l'azienda ha rinnovato la sua partnership con la **Federazione Italiana Cuochi**, che vanta 20.000 associati e oltre 50 anni di storia dalla fondazione: un percorso virtuoso nato nel 2020, proseguito quest'anno e che vedrà Marr nuovamente official partner di Fic per tutto il 2022.
La società leader nella distribuzione alimentare in Italia ha poi annunciato la pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità 2020, documento che delinea gli obiettivi per lo sviluppo etico e sostenibile della società nei prossimi anni, che ha lo scopo di illustrare, a tutti i propri stakeholder, il percorso intrapreso per una crescita anche innovativa che continuerà a caratterizzarne le scelte per il futuro.
Marr ha anche individuato le figure interne per facilitare l'attività di engagement da parte di investitori e amministratori, nelle persone di **Lucia Serra** (per tematiche di corporate governance) e **Andrea Tiso** (tematiche di business e sostenibilità).

COMITATO PROMOTORE

Rosario Ambrosino • A.D. **Gruppo Elior Italia**

Stefano Biaggi • Presidente e A.D. **Sodexo Italia**

Cristian Biasoni • A.D. **Chef Express** - Presidente **AIGRIM**

Corrado Cagnola • A.D. **KFC Italy**

Sergio Castelli • A.D. **Areas Italia**

Roberto Colombo • Amministratore Delegato **Sebeto**

Massimiliano Fabbro • A.D. **Fabbro** - Presidente **Anir**

Mario Federico • A.D. **McDonald's Italia**

Andrea Laguardia • Resp. di settore **Legacoop Produzione & Servizi**

Chiara Nasi • Presidente **CIRFOOD**

Alberto Niero • Ceo Italia **Lagardère Travel Retail**

Ernesto Pellegrini • Presidente **Gruppo Pellegrini**

Alessandro Pirinoli • Managing Director **Compass Group Italia**

Tommaso Putin • Resp. Pianificazione e controllo **Serenissima Ristorazione**

Massimiliano Santoro • Director Publ. Affairs and Europe Business Dvlp. **Autogrill**

Antonio Savoia • Presidente **Edifis**

Carlo Scarsciotti • Presidente **Angem** Portavoce **Oricon**

Renato Spotti • A.D. **Dussmann Service**

Lino Stoppani • Presidente **Fipe**

Andrea Valota • General Manager **La Piadineria**

Danilo Villa • Direttore Generale **CAMST**

Lino Volpe • Presidente **Gruppo Elior Italia**

Per informazioni sul Convegno e sponsorizzazioni: convegni@edifis.it - pubblicita@edifis.it

Una preziosa finestra **di opportunità**

Per l'economia italiana si intensificano i segnali di sprint. Lo convalida il Fondo Monetario Internazionale che ha rivisto al rialzo (12 ottobre) le previsioni che ci riguardano. Il FMI stima che, a fine anno, avremo un Pil cresciuto del 5,8 per cento: cifra vicina al + 6% che il Governo Draghi aveva già indicato come obiettivo raggiungibile.
Del resto, guardano con fiducia alla parte finale dell'anno anche le imprese che operano nella Penisola. Lo si rileva dagli ultimi dati Confindustria e da un'indagine condotta dalla Confcommercio in collaborazione con Metrica ricerche. In questo documento gli "ottimisti" rappresentano una pattuglia ben nutrita (42,7% del campione); in larga maggioranza (il 61%) essi si aspettano un miglioramento della propria attività e programmano di investirvi di più.
Maggior cautela segnalano le famiglie, fra le quali gli "ottimisti" sarebbero solo il 24 per cento: dato, in apparenza, contrastante con l'ultima nota mensile dell'Istat, che, fra le famiglie, registra un aumento dell'indice di fiducia, in linea con l'orientamento già riscontrato nei mesi scorsi.
In realtà, a ben vedere, questa differenza ha una causa essenzialmente temporale: dalla nota dell'Istat, basata su dati di settembre, traspare l'eco del clima euforico alimentato dal buon andamento dell'estate; la ricerca della Confcommercio, invece, sembra già cogliere preoccupazioni che si sono diffuse più di recente sia per l'evidente peggioramento del contesto internazionale sia perché il malessere sociale in aumento e le manifestazioni di intolleranza e diffuso ribellismo hanno segnato la cronaca delle ultime settimane.
Non vanno inoltre sottovalutati aspetti dello scenario produttivo che potrebbero riflettersi negativamente anche sull'Italia.
L'economia del pianeta sta registrando una crescita marcata. Concordano in questo giudizio il FMI (che stima uno sviluppo complessivo del 5,9 cento per quest'anno e del +4,9% per il 2022) e l'OCSE che, pur formulando previsioni più ridotte per il Pil mondiale, ne ribadisce, comunque, l'intonazione nettamente espansiva. Del resto, sono molti i Paesi che hanno già raggiunto o, addirittura, superato i valori antecedenti alla crisi sanitaria.
Ma, in questo scenario positivo, hanno fatto irruzione due fattori dirompenti. Il primo è lo shock energetico che si è manifestato con forza crescente, soprattutto a partire da luglio, e rappresenta una minaccia per il consolidamento della ripresa. L'enorme aumento della domanda di combustibile – iniziata appena si è allentata la morsa del Covid 19 - ha provocato un'impennata dei prezzi del gas naturale e del petrolio (un anno fa il Brent era sotto i 40 dollari al barile; ora si aggira sugli 80). Questo sta creando difficoltà sia per i bilanci di milioni di famiglie, soprattutto in Europa (e incide quindi sull'andamento dei consumi), sia per molte attività produttive.
L'energia diventa perciò sempre più cruciale nel gioco delle relazioni internazionali: la Russia promette un aumento delle esportazioni di gas ma vuole mano libera nella produzione carbonifera (imitata del resto da altri Paesi) proprio mentre le Nazioni Unite sono impegnate, per risanare l'ambiente, nel tentativo di frenare il livello delle emissioni di anidride carbonica nell'atmosfera; la Cina punta alla supremazia nel campo delle fonti rinnovabili (dai pannelli solari alle

auto elettriche) ma la sua manifattura ha ripreso a marciare grazie soprattutto ai combustibili fossili (il 28% del totale mondiale di emissioni di C02 nasce in Cina: il doppio rispetto agli Stati Uniti).
In queste condizioni s'ingrossa l'area di quanti pensano che, anche per l'avvicinarsi dell'inverno, occorra fare i conti con le fonti già disponibili piuttosto che con quelle del futuro. E molti paesi, specie europei, sono stretti da un'alternativa diabolica: scaricare sui cittadini i maggiori costi dell'energia o frenarne il consumo, con danni per l'attività produttiva e l'occupazione. In ogni caso con pesanti ricadute sociali.
Il nodo dell'energia si intreccia con quello, altrettanto spinoso, del rialzo dell'inflazione. Di fronte a questa tendenza- segnalata soprattutto dai dati estivi di Stati Uniti e Cina - i giudizi sono articolati.
Qualcuno, come il docente di Harvard Kenneth Rogoff ("Affari e Finanza",11 ottobre) non ha escluso un rischio di stagflazione: lo scenario peggiore, nel quale i prezzi salgono per l'inflazione mentre la crescita ristagna.
I più si sono invece posti il quesito: la fiammata inflazionistica è temporanea o è destinata a durare? Un interrogativo, secondo il bocconiano Tommaso Monacelli che è mal posto: "Perché interpreta la dinamica dell'inflazione come esogena rispetto al comportamento delle banche centrali" (La Voce, 8 ottobre). Queste ultime, invece, a partire dalla Fed Usa e dalla Bce, hanno, in materia un peso cruciale e quindi molto dipende dalle loro scelte. Dei due motori che alimentano l'inflazione - ricorda Monacelli - il primo, quello dei prezzi (oggi principalmente spinto dall'impennata dei costi energetici, dalle strozzature di fornitura dei chip e dal rialzo dei noli marittimi) è mosso dal mercato. Ma l'altro (che orienta l'inflazione in base alle aspettative di imprese, famiglie e operatori) è fortemente sotto controllo della politica monetaria.
Si tratta di una chiave di lettura utile per comprendere meglio come si può prevenire la febbre da inflazione e che, inoltre, merita grande attenzione se si riflette alla condizione dell'Italia. Con questo approccio si coglie, infatti, quanto peso, nella ripartenza di queste settimane, abbia avuto la politica accomodante seguita dalla Bce durante la pandemia ma ci induce anche a ritenere che stia maturando una svolta. Sono, del resto, numerosi quanti prevedono il ritorno, entro il 2023, a più stringenti regole di finanza pubblica della U.E. Per ora, possiamo quindi contare su una preziosa finestra di opportunità: questo ci consentirà, nelle condizioni più favorevoli di costo del denaro e di contesto regolamentare, di dare corso al Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e alle tante riforme da troppo tempo in attesa. Ma dobbiamo aver chiaro che si tratta di una finestra che appare destinata a chiudersi a breve: un'occasione irripetibile che non consente, perciò, né ritardi né errori operativi. Altrimenti lo scenario, inevitabilmente, volgerà al peggio. E questo rappresenterebbe un trauma profondo per un Paese che, lo si nota da tanti segnali, oggi aspira soprattutto a una stagione di operosa, costruttiva serenità.

Antonio Duva

Aspettando **tempi migliori**

Per le SRC l'impatto della pandemia sul catering ospedaliero e nelle RSA è stato significativo sia in termini di fatturato sia per quanto riguarda l'operatività. Facciamo il punto insieme ai protagonisti del mercato

di A.A.

Ad oggi, le attenzioni adottate per fronteggiare le criticità derivate dalla pandemia vertono soprattutto su controlli preventivi (come quello del green pass per tutti gli attori della filiera del servizio) e sul rispetto delle norme di adozione corretta dei dpi e delle procedure di sanificazione e di sicurezza all'interno delle strutture. Pratiche che sembrano far parte di una quotidianità ormai data quasi per scontata. Ma se facciamo un piccolo passo indietro e guardiamo i numeri che rappresentano il catering socio-sanitario durante la pandemia, non possiamo che restare colpiti dal dato del calo del fatturato (2020 vs 2019) che per molti è stato nell'ordine del 40%.

L'emergenza sanitaria ha messo tutti gli operatori della ristorazione di fronte alla condizione di dover affrontare costi che non erano mai stati contemplati e che, soprattutto, non facevano in alcun modo parte della pianificazione del budget. Se a questo aggiungiamo la riduzione dei pasti e l'aumento dei costi di produzione ecco che diventa difficile fronteggiare la necessità di mantenere un servizio adeguato modulare e flessibile. Purtroppo lo scenario di oggi deve ancora fare i conti almeno fino a fine anno della necessità degli ospedali di riservare spazi all'isolamento dei malati Covid e di limitare il numero delle persone che accedono alle strutture.

Le richieste più urgenti da

parte delle strutture sanitarie riguardano, ancora oggi, repentine riorganizzazioni dei reparti all'interno di ospedali e/o case di riposo, oppure aperture o chiusure di strutture di ricovero, circostanze nelle quali le SRC sono chiamate a dare immediata risposta modificando piani di produzione, logistica, materiali di confezionamento dei pasti che possono passare da stoviglie e posate durevoli a materiali a perdere o viceversa.
Nella maggior parte dei casi modifiche di questo genere sono caratterizzate anche da una riduzione dei posti letto, con aumento dell'incidenza dei costi fissi per il gestore del servizio di ristorazione senza che, molto spesso, vi siano forme di rimborso da parte dei committenti.

Criticità soluzioni e richieste

I problemi di oggi della ristorazione sanitaria, sono condivisi da tutte le più importanti SRC. Per **Camst** ad esempio, l'accento va su come è cambiato profondamente l'approccio operativo che vede: prevenzione e sicurezza due fattori di primaria importanza. Le preparazioni alimentari e il servizio nel suo complesso, per esempio, hanno visto l'introduzione di una serie di soluzioni diventate necessariamente touchless. Mentre sul fronte delle richieste, l'azienda ha registrato un incremento degli interventi di sanificazione specifici e di monitoraggio dell'aria prontamente soddisfatte dalla business unit specializzata in Environmental Monitoring System.
CIRFOOD sottolinea la propria capacità e velocità di adattamento ai continui mutamenti imposti dalla situazione contingente, a cui si associa un'adeguata e capillare formazione del personale. L'impresa emiliana in questo momento è impegnata nel condividere con le strutture clienti l'esigenza di tentare un graduale ritorno alla normalità ad esempio reintroducendo le stoviglie in ceramica e abbandonano il monouso. In questi giorni poi ci ci sono da gestire le problematiche inerenti all'accesso tramite green pass in ristoranti e mense interni agli ospedali, destinati a medici, studenti, ma anche parenti.
Dussmann Service, ci pone davanti alla questione del calo dei pasti con una serie di numeri relativi a 4 strutture presso le quali offre il servizio di ristorazione.
Nel 2020 rispetto al 2019, l'Ospedale Careggi di Firenze ha visto una flessione del -16% dei pasti, l'Ospedale Bufalini di Cesena del -19% dei pasti degenti e -28% dei pasti dipendenti, l'Ospedale Manzoni di Lecco ha registrato un -6% dei pasti degenti e -19% dei pasti dipendenti, e infine l'Ospedale Papa Giovanni XXIII di Bergamo ha fatto registrare un -11% dei pasti degenti e -4 dei pasti dipendenti. Meglio nel 2021 rispetto al 2020: a Firenze +3% dei pasti, Cesena +6% degenti e +1% dipendenti, Lecco +6% degenti e +1% dipendenti, e infine Bergamo +6% degenti e +14% dipendenti. Per il player, leader mondiale nella fornitura di servizi integrati, oggi la propria clientela chiede oltre al distanziamento sociale e l'impiego di lunch box accanto al servizio tradizionale anche un diverso utilizzo di monouso al posto della ceramica. Qualche esempio?…
Nell'Ospedale Careggi di Firenze, dove il monouso viene riservato a reparti particolari quali ad esempio Psichiatria, nel 2020 la richiesta è aumentata del 3% rispetto al 2019, confermata anche nell'anno in corso. Per quanto riguarda l'Ospedale Bufalini di Cesena, la percentuali di utilizzo del monouso sulla ceramica nel 2020 si attesta all'8% e nel 2021 al 10%. All'ospedale di Lecco nel 2020 il 90% delle stoviglie destinate ai degenti era monouso, contro il 35% dell'anno in corso; parimenti l'Ospedale di Bergamo nel 2020 ha utilizzato il 75% di monouso destinato ai degenti mentre nel 2021 è il 10%. In entrambi gli ospedali lombardi per il personale dipendente, il monouso non è stato impiegato ma è stato introdotto l'utilizzo di posate imbustate, pane imbustato e consegna dei condimenti monodose.
Parlando con **Elior**, è emerso ancora un volta l'impatto che la pandemia ha avuto sulla ristorazione sia in termini organizzativi sia sotto il profilo dei volumi prodotti. A livello operativo la costola italiana della multinazionale francese ci ha fatto notare la grande costanza con cui in sinergia con i propri clienti ha garan-

CAMST
"La pandemia globale causata dal COVID-19 ha avuto un impatto significativo sul settore della ristorazione. Le prospettive sono di una normalizzazione nel medio periodo"

Giro d'affari ristorazione sanitaria (2020): **72 Mln euro**

Numero strutture servite: **170**

Numero pasti erogati all'anno: **14 milioni**

FABRIZIO DE PAULIS, responsabile marketing Camst

CIRFOOD
"Ancora oggi gravano su molte strutture condizioni di limitazione agli accessi. Ne consegue una permanente riduzione dei volumi e la necessità di mantenere un servizio modulare e flessibile"

Giro d'affari ristorazione sanitaria (2019): **142 Mln euro**
Numero addetti (divisione sanitaria): **3.000**
Numero strutture servite: **oltre 250**
Numero pasti erogati all'anno (2019): **27 milioni**

GIANLUCA BIGLINO,
National Key Account Director
CIRFOOD

tito tutte le buone pratiche di mitigazione del contagio: dal distanziamento sociale, all'utilizzo della mascherina, fino al monitoraggio della temperatura di tutti i propri dipendenti e alla continua e assidua sanificazione delle mani e degli ambienti di lavoro. Particolarmente rilevante è stata anche l'expertise nel settore della pulizia e della sanificazione messa in campo dalla divisione dedicata Elior Servizi.
Se da un lato la pandemia ha complicato le cose, dall'altro ha accelerato alcuni trend già in atto come quello della salute e del benessere fisico legati all'alimentazione. In risposta a questi nuovi orientamenti Elior ha sviluppato nuovi progetti, in particolare per il mondo delle RSA dove la nutrizione è un elemento essenziale nella cura del paziente anziano introducendo il programma Nutriage, un sistema per la gestione a tutto tondo dei servizi di ristorazione per il mondo delle case di cura. Il progetto, patrocinato da Brain and Malnutrition Chronic Disease Association, si propone come uno strumento in grado di elaborare un piano alimentare ritagliato su misura per ogni paziente, che favorisca la salute senza sacrificare il piacere ed il gusto legato all'alimentazione e che soprattutto, sia in grado di contrastare la malnutrizione degli anziani.
A concordare sulla difficile gestione dei servizi di ristorazione in ambito socio-assistenziale c'è anche **Fabbro S.p.A.**, che ci riporta al problema dei posti letto lasciati liberi per gestire un'eventuale emergenza e che non essendo utilizzati per altre patologie finiscono per ridurre sensibilmente il volume dei pasti erogati. Per l'azienda di Nova Milanese (MB) l'unico strumento a disposizione ad oggi per fronteggiare questa situazione è la cassa integrazione. Da segnalare, poi, che l'adozione dei protocolli sanitari comporta, di contro un dispendio di ore e quindi economico per le società di ristorazione così come l'utilizzo dei prodotti monouso in alcuni reparti si traduce in maggiori oneri a carico delle SRC.
Sul fronte delle criticità **Serenissima ristorazione** ci fa notare come un aspetto delicato per chi fornisce servizi di ristorazione in ambito socio sanitario, sia quello legato alla tutela della salute dei lavoratori ma anche alla prevenzione di improvvise assenze in contemporanea di più operatori. L'azienda veneta ha investito molto su DPI e procedure anticontagio, con aggravio di costi spesso non assorbibili dalla gestione delle commesse che, per l'azienda veneta, continuano a registrare cali di fatturato nell'ordine del 30%. Che negli ospedali non vi sia stato un grosso segnale di recupero lo conferma anche **Sodexo** che mette in evidenza una riduzione dei volumi per l'attività gestita a causa degli accessi ancora contingentati. In leggera ripresa i numeri per quanto riguarda l'attività dei pazienti, mentre la ripartenza sulle attività di corollario e sulle mense per i dipendenti non è ancora apprezzabile.

Riallineamento e proroghe dei contratti

I contratti stanno seguendo il loro naturale corso, eccetto alcune situazioni di proroga per motivi diversi. Molti nuovi contratti, invece, prevedono la gestione sia preventiva, sia effettiva di eventuali nuo-

DUSSMANN SERVICE ITALIA
"Finché non finirà la necessità di riservare spazi all'isolamento dei malati e limitare l'ingresso negli ospedali, non intravediamo cambiamenti rispetto la situazione attuale. Ci auguriamo un ritorno alla normalità entro giugno 2022"

Giro d'affari ristorazione sanitaria (2020): **89 Mln euro**
Numero addetti (divisione sanitaria): **1.800**
Numero strutture servite: **134**
Numero pasti erogati all'anno (2020): **15 milioni**

RENATO SPOTTI,
Amministratore delegato - CEO
Dussmann Service

ELIOR

"La pandemia ha stravolto le abitudini e innalzato l'attenzione sul tema della sicurezza e dell'igiene. Ha però anche accelerato trend di mercato importanti, come quelli legati ai valori della salute, del benessere fisico e dall'alimentazione"

Giro d'affari ristorazione sanitaria (2019): **57,49 Mln euro**

Numero addetti (divisione sanitaria): **914**

Numero strutture servite: **oltre 121**

Numero pasti erogati all'anno (2019): **12 milioni**

ANDREA CARTOCCIO, Education and Health & Welfare Strategic Area Director Elior

ve situazioni pandemiche. In ogni caso tutte le società di ristorazione impegnate nel fornire un servizio di qualità in nosocomi e case di riposo, sono concordi sulla necessità di rivedere gli accordi presi in un'ottica più sostenibile sia dal un punto di vista economico sia sotto l'aspetto

ambientale. Dussmann Service rileva come l'attività di negoziazione in corso con i propri committenti, vada a rilento un po' per la scarsa disponibilità economica della pubblica amministrazione e in parte per le lungaggini di carattere burocratico. C'è poca adesione anche nei confronti delle indicazioni dell'ANAC che prevede la pandemia tra le cause di rinegoziazione dei contratti.
Anche per Elior, in questo momento, tutte le aziende e tutti i mercati vivono in un contesto in cui è gioco forza dover riallineare priorità, esigenze e modalità di gestione del servizio.
La riduzione dei volumi prodotti è un chiaro elemento di disequilibrio che va valutato e che in parte ha dato vita ad una campagna di rinegoziazioni e nuovi accordi soddisfacenti con le aziende clienti. Su questo fronte, l'esperienza di Fabbro ci descrive uno scenario in chiaro scuro, con alcune stazioni appaltanti che hanno riconosciuto i maggiori oneri sostenuti ed altre che hanno rinegoziato la durata del contratto, congelando il periodo pandemico.
Ma ci sono anche amministrazioni che non hanno riconosciuto alcunché, né un quantum, né una proroga della vigenza contrattuale.
Sul tema contratti, Serenissima fa un parallelo con il settore della scolastica nel quale ha registrato, in molti casi, la disponibilità dei committenti al riallineamento dei contratti che avevano visto una sospensione durante i periodi di lockdown; tale misura, prevista dal codice degli appalti, ha potuto sanare solo parzialmente le perdite di fatturato registrate nei periodi di chiusura, quando i molti costi fissi (quali leasing, investimenti, manutenzioni, utenze, ecc) continuavano a pesare sulle diverse commesse. Per il player veneto, le proroghe contrattuali dovrebbero pertanto tenere conto delle mutate condizioni, prevedendo il ricorso a varianti economiche giustificate dalle intervenute circostanze impreviste e imprevedibili.
L'assenza di paracaduti a fronte di un calo delle attività registrato dalle SRC a partire dall'inizio della pandemia, è un tema su cui pone l'accento anche Sodexo.

FABBRO

"Per quanto riguarda le rinegoziazioni, lo scenario vede alcune Stazioni Appaltanti che hanno riconosciuto i maggiori oneri sostenuti ed altre che hanno rinegoziato la durata del contratto, e altre ancora che che non hanno riconosciuto alcunché"

SIMONA POZZI, Direttore Commerciale

MASSIMO FERRARIO, AD Fabbro Spa

Giro d'affari ristorazione sanitaria (2019): **16,55 Mln euro**

Numero addetti (divisione sanitaria - anno 2020): **435**

Numero strutture servite (2020): **14**

Numero pasti erogati all'anno (2020): **3,7 milioni**

Prospettive di ripresa

Quale futuro ci aspetta?... Oggi fare previsioni è piuttosto difficile. Si guarda alla prossima primavera come a un momento di svolta, un punto di ripartenza che potrebbe in qualche modo riassestare i meccanismi organizzativi e, ci sia augura, trovare un equilibrio più stabile e profittevole tra domanda e offerta. Per Camst le prospettive sono di una normalizzazione nel medio periodo.
E occorre tener ben presente che il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza prevede comunque una chiara politica di revisione delle attuali gestioni socio sanitarie verso una maggior rivalutazione della domiciliazione degli utenti/degenti.
Sul fatto che servirà tempo per tornare ai volumi pre-covid concorda anche CIRFOOD secondo la quale è evidente che la campagna vaccinale stia dando importanti risultati, allentando la pressione ospedaliera data dalla pandemia, a favore di una rinnovata attenzione alla diagnostica e a un progressivo ritorno alla normalità in termini di degenti. Gli accessi ai visitatori sono ancora fortemente limitati, ma si confida che, nel tempo, si risolva anche questa problematica grazie ad esempio, all'utilizzo del green pass per l'accesso dei parenti.
Per Dussmann finché non sarà finita l'emergenza, e dunque gli ospedali non avranno più necessità di riservare spazi all'isolamento dei malati e di limitare il numero delle persone che vi accedono, non si intravvedono cambiamenti rispetto la situazione attuale.
L'offerta di soluzioni flessibili in alternativa al pasto tradizionale servito in mensa per i dipendenti e gli utenti esterni, è una soluzione che rientra nei piani di Elior che propone soluzioni in vassoi o piatti termosaldati, sicuri sotto il profilo igienico-sanitario, appetibili e pronti per il consumo ovunque. Sempre sui tempi di un auspicabile ripresa Serenissima ristorazione non fa previsioni ma sottolinea come in questa fase sia fondamentale mantenere vivo e costante il dialogo ed il confronto con i committenti, per non perdere mai di vista l'andamento dell'appalto e condividere le migliori soluzioni per garantire la sostenibilità del contratto e con essa la continuità dei servizi di ristorazione.
Anche dalla sfera di cristallo di Sodexo non giungono indicazioni chiare. Tutto dipende da come evolverà la situazione Covid e se verrà protratto o meno lo stato emergenziale. Nel mondo Senior, però, l'aspettativa è che il tasso di occupazioni continui a crescere e, con il nuovo anno, se l'influenza stagionale non creerà grossi problemi, si potrebbe addirittura immaginare un ritorno ad una condizione pre-Covd.
Negli ospedali invece è davvero difficile sbilanciarsi, forse una situazione paragonabile a quanto succedeva prima della pandemia non la ritroveremo più. Stando così le cose, le ipotesi più accreditate sembrano quelle indicano un recupero significativo dei numeri delle attività ristoratrice a partire dalla prossima primavera.

SERENISSIMA RISTORAZIONE

"Oltre ai fattori di criticità noti, occorre segnalare anche le problematiche di approvvigionamento e di aumento dei costi di molte materie prime che dalla fine del 2020 stanno interessando tutti i settori comprese le manutenzioni di attrezzature e impianti"

Giro d'affari ristorazione sanitaria (2020): **141 Mln euro**
Numero addetti (divisione sanitaria): **2.950**
Numero strutture servite: **oltre 134**
Numero pasti erogati all'anno: **23,3 milioni**

TOMMASO PUTIN, CFO di Serenissima Ristorazione

SODEXO ITALIA

"Negli ultimi tempi, abbiamo registrato più volumi per quanto riguarda i pazienti, mentre la ripresa sulle attività di corollario e sulle mense per i dipendenti resta ancora in sofferenza. Ad oggi ipotizziamo un recupero significativo delle nostre attività a partire dalla prossima primavera"

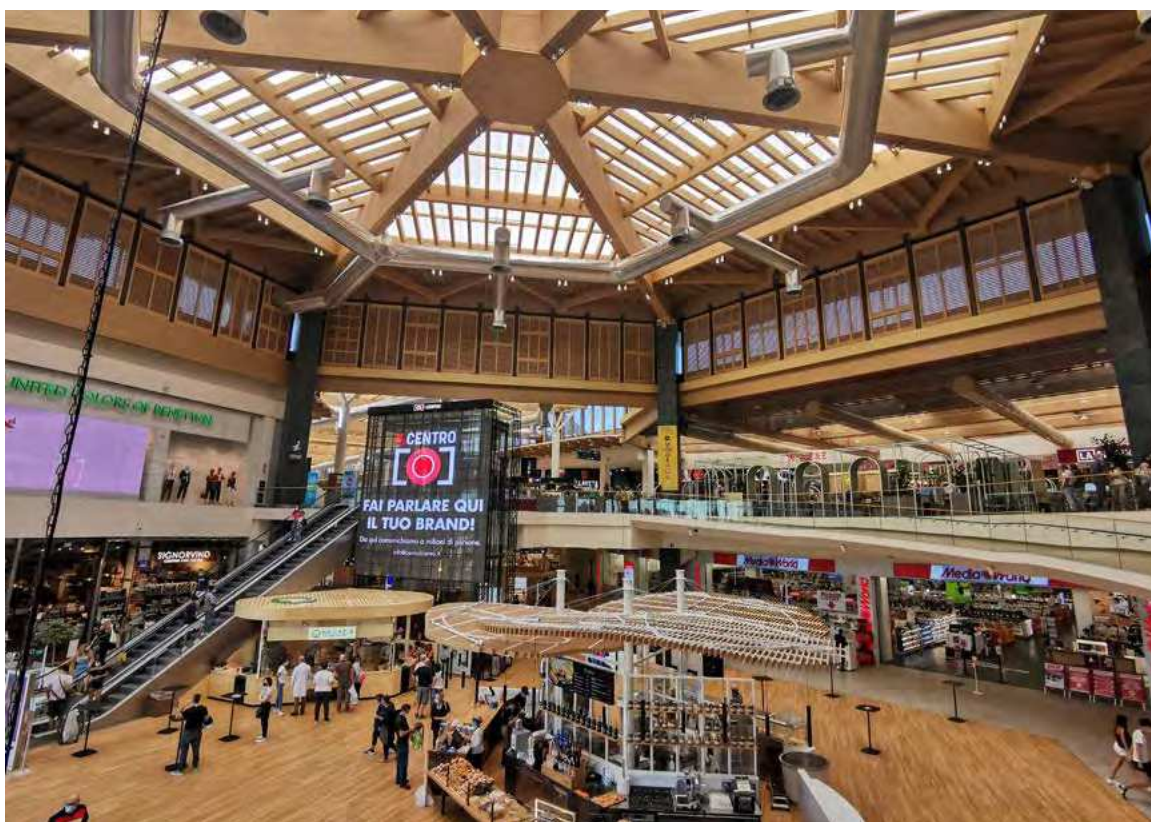
Giro d'affari ristorazione sanitaria (2021): **più di 72 Mln euro**
Numero addetti (divisione sanitaria): **circa 2.000**
Numero strutture servite: **oltre 200**
Numero pasti erogati all'anno: **15 milioni**

FRANCO BRUSCHI, Direttore Segmento Sanità & Senior di Sodexo Italia

Fame di...
Fuoricasa

Duramente colpita dalla pandemia, la ristorazione non è stata a guardare: ecco come l'offerta f&b rinasce e si adatta all'evoluzione del foodservice anche negli shopping mall

di M.L.Andreis

Gli italiani hanno fame di convivialità: c'è voglia di uscire e l'offerta food&beverage si è moltiplicata, proseguendo nel processo di innalzamento della qualità. Ma sopravvivere nei lunghi mesi della pandemia è stato difficile, anche se il consumatore non sa quanto. Se oggi infatti le cucine sono sempre più a vista, i salti mortali fatti da molti operatori per restare a galla negli ultimi ormai quasi due anni è stato un esercizio nascosto. Per farlo, è stato ed è necessario mescolare ingredienti vecchi e nuovi: flessibilità, nuovi format e naturalmente massima attenzione al conto economico. Un grande mix di temi, legati alla ristorazione, ha tenuto banco durante l'ultima edizione di **Mapic Italy**, in un "summit" moderato, tra gli altri, da **Andrea Aiello**, direttore di *retail&food*, magazine che ha pubblicato un ampio servizio sulla kermesse realizzato dai colleghi **Andrea Penazzi** e **Adriano Lovera**. Dal quale emerge come sia stata un'ottima occasione di confronto, in cui tanti protagonisti di questo mondo hanno parlato senza peli sulla lingua. Com'è il panorama? "*In generale, promettente. Lo spazio per crescere c'è, a Milano ma non solo*" ha detto **Andrea Ponti**, head of retail di **Engel&Volkers**. "*Ci sono alcuni elementi cardine, come la commistione offline-online, la verticalizzazione, cioè il fatto che i brand sono sempre più riconoscibili per un'offerta quasi monotematica. E poi c'è il delivery. Oggi gli operatori scelgono dove aprire un locale non solo in base al passaggio di persone e la presenza di uffici, ma anche se la zona è funzionale al recapito dei piatto*". Ma non è facile star dietro ai cambiamenti in atto: "*Il pubblico vede il moltiplicarsi della insegne. Ma ricordiamo che cosa rappresentiamo*" ragiona **Claudio Baitelli**, ceo di **Alice Pizza**. "*Nel nostro Paese il 5%, forse 10% del food, è composto da catene retail. Il resto è fatto da attività autonome, famigliari, ma spesso di qualità. In Italia si mangia bene. La concorrenza è dura. E quante incognite: reggerà il delivery? Dove troviamo i clienti? Oggi, nel breve, il mio consiglio è il famoso back to basics. Ossia, costi sotto controllo e attenzione maniacale per conservare i margini*". Tante le testimonianze, al Mapic. Lontane anni luce, all'apparenza, ma in fondo desiderose di confrontarsi. "*Non lo nascondo. Noi in pandemia siamo esplosi, ma in positivo. In un anno siamo passati da 13 a circa 60 locali, metà dei quali a gestione diretta e metà in franchising*" ha raccontato il ceo e fondatore di **I Love Poke**, **Michael Nazir Lews**. "*Nasciamo nel 2017 in funzione del take away e del delivery e abbiamo un format ideale. Locali piccoli, con affitti contenuti, una proposta di cibo fredda che non teme il trasporto e si prepara in poco tempo. L'equilibrio dei costi è un altro elemento di forza: un solo spazio centraliz-*

zato, da 2.500 mq fuori Milano, serve come centrale di acquisto e lavorazione delle materie prime, a partire dal pesce, che poi arriva già pronto da utilizzare ai vari locali".
Chi invece ha oltre un secolo di storia alle spalle è il celebre marchio **Peck**, che quest'anno ha aperto anche a Forte dei Marmi, oltre alla consueta Milano. Un brand, pochi lo ricordano, fortissimo in Giappone (16 ristoranti) e presente anche a Singapore e Corea del Sud. "*In Italia, durante la pandemia, la parte ristorante ha accusato un calo dell'80%-90%. La gastronomia ha reagito meglio, appena si è potuto riaprire. Anche noi abbiamo dovuto ripensarci, puntando sulla qualità del servizio, aprendo alla consegna a domicilio e con la presenza in alcune app di delivery, di fascia più elevata rispetto alle tradizionali*" ha sottolineato **Paolo Promolla**, executive chairman di Peck. Cambia la ristorazione anche nei grandi centri commerciali, specialmente nei progetti più nuovi. "*A Merlata Bloom la ristorazione occuperà il 10% della Gla. Parliamo del doppio rispetto a un masterplan tradizionale*" ha raccontato la Food strategy & development di **Nhood Italy Alessandra Nannini** (che nella seconda parte dell'articolo ci svela strategie e progetti innovativi della società nel prossimo futuro). Sarà grande e moderno, con tanta flessibilità negli spazi, anche il **Food District Park** che Lendlease, rappresentata da Diego Valazza, senior development manager, commercializza nel nuovo sviluppo di Milano Santa Giulia. Persino un soggetto come **Coima Sgr**, che riqualifica quartieri, e non direttamente centri commerciali, sta riconsiderando i propri paradigmi alla luce dei nuovi consumi. "*Quando selezioniamo un brand non è più solamente un rapporto b2b. Partiamo dai bisogni della gente e cerchiamo qualcuno capace di offrire esperienze. E pretendiamo che sia Esg compliant, perché questo è un aspetto che ormai interessa anche l'utente finale*" ammette **Cristian Celin**, director Fund & Asset Management Coima Sgr. E il travel retail? Gli investimenti ci sono, senza dubbio. "*Noi, per esempio, stiamo mettendo a segno operazioni importanti. Dall'apertura del Mercato Centrale a Milano, alla nuova food hall di Napoli, fino alla Terrazza food che apriremo a novembre a Torino Porta Nuova*", ha testimoniato **Riccardo Fiori**, head of leasing di **Grandi Stazioni Retail**. Certo, però, i numeri riportano presto alla realtà. Fra turismo leisure e business, la strada da colmare è tanta. "*Do qualche numero*" ha incalzato **Sergio Castelli**, ceo **MyChef Ristorazione commerciale** – **Areas Italia**. "*Nel periodo gennaio-agosto 2021, rispetto al 2019, gli aeroporti sono sotto di circa il 70%, le stazioni ferroviarie del 50%, le autostrade vanno meglio e perdono intorno al 26%, anche se a settembre sono andate addirittura meglio. In prospettiva, gli scali saranno deboli ancora per un triennio, le autostrade si riprenderanno per prime. Ma occhio, perché tra poco scade la Cassa integrazione e gli effetti sulle società saranno pesanti. Ormai il modello di business è costretto a cambiare, ci sono meno certezze che in passato. Se penso al nostro gruppo, nel 2019 facevamo 200 milioni di fatturato, 46 erano di minimo garantito. Oggi sarebbe impensabile*".

Lo scenario

Lo scenario che interessa il mondo dei centri commerciali in Italia è stato l'oggetto di discussione nel corso della sessione plenaria organizzata dal **Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali**, al cui presidente Roberto Zoia abbiamo rivolto alcune domande nel box a pagina 35. Occasione nel corso della quale sono emersi alcuni tempi: il green e la sostenibilità, le opportunità generate dal *Recovery Plan* e dal PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza), oltre a una serie di ricerche sui trend che influenzeranno il settore. Più nel dettaglio, l'Osservatorio CNCC ha registrato che a parità di chiusure e limitazioni dei mesi scorsi, le strutture presenti al Sud Italia si sono dimostrate più resilienti segnando un -25,5% del fatturato del primo semestre di quest'anno rispetto al 2019, mentre per lo stesso periodo di confronto si raggiunge un -29,7% al Centro e -30,3% al Nord. Inoltre, sempre secondo il CNCC, emerge chiaramente come il segmento "salute & benessere" giocherà un ruolo centrale nel rinnovamento del merchandise mix. Più nel dettaglio, **Raffaella Pinto**, head of business development Italy di **Cushman & Wakefield**, ha delineato uno scenario di luci e ombre: mentre da un lato gli investitori internazionali si mantengono cauti nei confronti dell'asset class dei centri commerciali, dall'altro l'e-commerce "*fa un po' meno paura che in passato. Sembra infatti che vi sia un tetto oltre cui la sua crescita rallenta. Inoltre, l'online è diventato alleato nella misura in cui durante la pandemia si è imparato a sfruttarlo per migliorare l'esperienza dei consumatori*". A seguire, **Maddalena Panu**, head of research di **Savills Italy**, ha approfondito l'impatto delle restrizioni sul footfall nei due anni di pandemia, sottolineando come nei momenti di allentamento ci sia stata una significativa crescita. Mentre, in termini di categorie merceologiche, le ripercussioni maggiori hanno colpito ristorazione e abbigliamento, "*che si allinea ai valori delle gallerie perché rappresenta circa la metà dei negozi. Al contrario, l'elettronica è la categoria che ha mostrato cali più contenuti*". Da sottoline-

are, inoltre, l'intervento di **Francesco Soldi**, head of marketing & sustainability di IGD SIIQ, che si focalizzato sull'importanza e la concretezza del *Manifesto del CNCC per la Sostenibilità*, che "*non vuole essere un modo per fare greenwashing*". E ancora la testimonianza di **Letizia Cantini**, general manager di **Svicom**, che ha definito il centro commerciale "*sempre più un ecosistema di prodotto, relazione, esperienza e servizio. Ecosistema che deve prevedere una partnership tra tutti gli attori*". E in questo processo il digital è divenuto una leva strategica.

Nhood: l'innovazione è servita

Laurea in Economia e Management in Arte, Cultura e Comunicazione presso l'*Università Luigi Bocconi* di Milano e Master in International Management, Alessandra Nannini ha maturato importanti esperienze professionali nel settore alimentare (**Burger King**, **Foorban**). Dal 2020 è in **Ceetrus**, che l'anno dopo si è fusa con **Nodi** – l'azienda della AFM specializzata nel settore immobiliare in Francia – per dar vita a Nhood, una nuova realtà specializzata nella consulenza e nei servizi immobiliari che sviluppa nuovi quartieri e luoghi di vita a uso misto su terreni da riqualificare con un triplo impatto positivo sulle persone, sul pianeta, sulla prosperità. Il nuovo modello di business proposto dalla società si basa su quattro pilastri: cultura, innovazione, commercio e prossimità. La filiale italiana ha sede a Milano, ma la società è capillare su pressoché tutta la Penisola isole comprese attraverso 47 centri commerciali e 5 retail park, per un totale di 680.000 metri quadrati di superficie affittabile (GLA) e 2.300 negozi partner.

"*Dopo le varie riaperture, i nostri andamenti sono in linea con quelli di ripresa dei consumi emersi dal* 2° Rapporto Retail Censis Confimprese, *che abbiamo sostenuto e aiutato a realizzare per il secondo anno*", ci spiega Nannini. "*Anche sulla footfall siamo in linea con la media nazionale, ovvero -42% sul 2019 (nei primi 5 mesi dell'anno) mentre -24% è il delta negativo nei mesi di riapertura (da maggio 2021 sullo stesso periodo del 2019). La conversion rate (il rapporto tra il numero di persone e il fatturato) si sta invece riprendendo: segnale del fatto che, sebbene il numero dei visitatori sia inferiore, il fatturato è in crescita (anche se non ai livelli pre-pandemia) e dunque i visitatori che vengono a trovarci lo fanno per comprare. Ci aspettiamo dunque che, anche grazie alle procedure di controllo del Green Pass in adozione da oggi e alla prosecuzione dei sistemi di sicurezza attivati su tutti i nostri centri, potremo garantire aperture sicure per tutti i nostri collaboratori e visitatori*".

In tutti i centri di Nhood sono presenti 115 diversi marchi food&beverage per un totale di quasi 200 ristoranti, di cui 26 sono catene nazionali e internazionali. La percentuale di ristorazione con un totale di 34k mq cuba per il 4% della totale superficie affittata, mentre l'alimentare per il 31%. La componente food è parte fondamentale della nuova visione dell'azienda, per la quale è un ingrediente fondamentale per creare un luogo di vita e generare un indotto positivo sulla comunità, creando non solo posti di lavoro ma diventando luogo di aggregazione, incontro, scambio e svago, come spiega bene la manager: "*Nell'ultimo periodo abbiamo aggiunto varie unità ristorazione su Olbia, Sassari, Torino e Bari anche attraverso soluzioni di chioschi. Stiamo progettando i nuovi sviluppo con una componente servizi molto più marcata:* Merlata Bloom *per esempio avrà oltre il 10% GLA, più del doppio rispetto alla media attuale*". La progettazione del nuovo mall a ridosso di Area Expo è stata affidata a **Callison-rtkl**, prestigioso studio internazionale di architettura, mentre la finalizzazione del progetto è seguita dall'italiana **Rossetti Engineering**: l'apertura della struttura è prevista per la fine del 2022. Si tratta del progetto che più rappresenta il punto d'innovazione nella concezione dei centri commerciali del futuro per Ceetrus Nhood, e la sua nuova visione rispecchia l'evolversi degli spazi urbani in risposta all'ascolto del territorio.

Merlata Bloom si svilupperà per oltre 70.000 mq di GLA, 10.000 mq di intrattenimento e cultura, 20.000 mq di urban farm, più di 150 store di shopping innovativo, 5 aree food&beverage con 40 food concept, 1 cinema Multiplex Premium,1 Fresh Market, 1 area eventi, 10 km di piste ciclopedonali, 300.000 mq di parco urbano attrezzato, 4.000 posti auto. Con un'estensione complessiva dell'area intrattenimento e f&b di più di un terzo della superficie totale del progetto, Merlata Bloom rappresenta un esempio unico nel panorama degli shopping center italiani. Tornando all'attualità, "*oltre ad effettuare diverse aperture in linea con ultimi trend del momento quali il pokè, abbiamo lavorato dove possibile per ottenere creare delle aperture esterno e spazi comunitari all'aperto, come ad esempio l'iniziativa del* Giardino Rigeneratore *a Monza durante quest'estate: da giugno a settembre, presso il* Centro Commerciale Rondò dei Pini *di via Lario, 17 a Monza, in questo parco attrezzato esterno si sono alternate originali iniziative accanto alla possibilità di sostare per il pranzo, l'aperitivo o la cena ordinando dalle ristorazioni della Galleria gestite in collaborazione con l'azienda Speciale di Formazione Scuola Paolo Borsa, utilizzando l'apposita app* Sooneat", riprende la nostra interlocutrice. Che poi va oltre: "*Abbiamo lavorato per creare nuovo servizio a vantaggio sia dei clienti che dei ristoratori con una Web app che permette ordini take away su più ristoranti con un solo carrello, creando una 'food court virtuale'. Questa soluzione è in test su Sassari, Monza, Vimodrone e Torino*". E ancora: "*Per supportare ulteriormente i ristoratori con una offerta complementare, abbiamo attivato il progetto della ghost kitchen a Torino, avviato con due virtual brands di nostra creazione. Si tratta di una offerta complementare per i locali f&b che hanno bisogno di integrare o creare la propria offerta delivery e take away, canali che hanno logiche e dinamiche diverse dal consumo di cibo in in loco*". Secondo Nannini, questi tipi di soluzioni cresceranno negli anni futuri, come cresceranno proprio i piccoli format studiati per delivery e take away: "*Ma siamo convinti che non andranno a sostituire la ristorazione in loco perché rimarrà il bisogno di socialità, di vivere i luoghi. Sarà importante lavorare con i nostri partner tenant per prendere più vantaggio possibile da questi servizi sviluppandoli in maniera studiata e complementare. Stiamo già operando con loro per trovare soluzioni di integrazione tra mondo fisico e digitale, il che rientra nel modo in cui concepiamo uno dei nostri pilastri, l'innovazione, insieme a cultura, prossimità e commercio. Prevediamo inoltre che nel futuro i format dovranno lavorare sul creare una relazione unica con i proprio clienti e puntare sull'esperienza. Di qui lo studio in atto di format di servizio innovativi anche per Merlata Bloom Milano*".

ALESSANDRA NANNINI, Food Strategy & Development Manager Nhood Italy

L'INGREDIENTE SEGRETO

NATURALI AL 100%

sugosi
SURGITAL
I Prestigiosi
CREMA DI TOPINAMBUR
SUGHI SURGELATI IN PEPITE
500g℮
con latte 100% italiano
cremosa e vellutata
- veloce da preparare
- ideale per molteplici utilizzi
- preparato nelle nostre cucine e immediatamente surgelato
- non contiene conservanti
- senza aromi, coloranti e additivi aggiunti

smeraldiniemenazzi.it

NUOVO PACK	6 BUSTE DA 500 g X CARTONE	OCCUPA MENO SPAZIO IN FREEZER	RICICLABILE AL 100%

Sugosi® si rinnova e si fa in due. Salse, sughi e creme dalla qualità elevata per due linee: **I Grandi Classici** e **I Prestigiosi**. Gli ingredienti più pregiati e le lavorazioni più complesse danno vita alle 4 raffinatissime ricette pensate per la linea **I Prestigiosi**, la cui fragranza può essere custodita solo da un'attenta surgelazione. Pratici e veloci, attenti al food cost, e pensati per gli impieghi della cucina più contemporanea.

Scopri gli altri Prestigiosi:

surgital.it

Sugosi® è un marchio

L'italiana preferita dallo chef

PAROLA DI...
ROBERTO ZOIA, PRESIDENTE CNCC: "2022, ANNO DELLA SVOLTA"

Lei è da un anno alla guida del CNCC: quale il bilancio di 12 mesi di lavoro in piena emergenza sanitaria?
La mia nomina, avvenuta a ottobre dello scorso anno, è stata "inaugurata" in un periodo a dir poco intenso e faticoso, in cui abbiamo gestito le chiusure dei centri commerciali nei fine settimana mettendo in campo diverse iniziative, anche in collaborazione con altre associazioni di categoria. Dopo aver ottenuto le tanto auspicate riaperture 7 giorni su 7, fondamentali per la ripresa della nostra industria, in queste ultime settimane ci stiamo concentrando sul PNRR, strumento in cui crediamo molto per poter rafforzare la vocazione sociale dei centri commerciali. Con certezza, posso dire che il bilancio di questo primo anno di presidenza è sicuramente positivo e le principali novità introdotte sono state scelte azzeccate: la gestione più collegiale che è stata introdotta sta funzionando molto bene, così come le attività del Consiglio e della Giunta esecutiva. Una nota di merito va anche alle Commissioni di Lavoro che stanno producendo documenti, studi e ricerche di grande supporto all'Ufficio di presidenza per le attività di business e istituzionali. Vale la pena ricordare che il CNCC non è un'associazione di categoria e ha cercato sempre di rimanere super partes negli accordi tra landord e tenant. Seguendo comunque da vicino le evoluzioni, abbiamo potuto apprezzare una forte coesione e una volontà di partnership tra landlord e tenant, riscontrando accordi su quasi la totalità dei contratti che riguardano 40 mila realtà tra negozi e attività.

Qual è stato il contraccolpo della pandemia e dei lockdown sul sistema dei CC nel 2020 e nella prima metà del 2021?
Prendendo come benchmark di riferimento il 2019, ovvero l'ultimo anno di normalità, le affluenze hanno registrato un -35% nel primo semestre 2021 e un -40% nell'intero 2020. Guardando invece ai fatturati, è interessante notare che nei mesi estivi del 2020 e del 2021 si è cominciato ad avvicinarsi alle performance del 2019. Sono dati che, nel complesso, leggiamo molto positivamente e da cui emerge una sorta di "compensazione" tra minori ingressi e maggiore spesa, a conferma dell'apprezzamento del format dei CC da parte del pubblico. Rispetto al 2019 il trend è ancora negativo ma il divario si sta sempre più assottigliando, segno evidente che l'industria è in ripresa. Stiamo registrando anche un incremento nelle aperture di nuovi negozi all'interno dei centri commerciali, un aspetto sicuramente positivo e incoraggiante. Puntiamo molto su dicembre, e riteniamo che il 2022 sarà l'anno di svolta per un ritorno alla normalità in termini sia di affluenze che di fatturati.

Veniamo ai trend emergenti nella nuova normalità presidente.
Le tendenze a cui stiamo assistendo sono molteplici e riguardano sicuramente lo shopping che sta premiando, con ottimi risultati, operatori e merceologie che prediligono il commercio fisico all'e-commerce. Sta emergendo anche una sempre maggiore attenzione al territorio, puntando al coinvolgimento nei centri commerciali di operatori che già presidiano con successo le zone di riferimento. In generale, le peculiarità geografiche saranno fattori sempre più determinanti per definire l'offerta di servizi e attività. Infine, continua a esserci grande interesse per il comparto dei servizi, leisure e food&beverage.

Due parole in più sul food&beverage...
Indubbiamente, quest'ultima componente è quella che sta soffrendo di più e, proprio per questo, siamo particolarmente attenti alle dinamiche che osserviamo. Per aiutare gli operatori stiamo favorendo la possibilità di potenziare il delivery, creando app dedicate alle attività ristorative nei centri commerciali: creando e utilizzando delle piattaforme in-house, sarà più facile ottenere sinergie di costi ed evitare di gravare sulla marginalità. Anche l'uso di spazi esterni e un'offerta ristorativa con ordinazione al tavolo sono due proposte che stanno avendo dei riscontri molto buoni.
Confidiamo molto, inoltre, nella riapertura a capienza piena di cinema e nelle attività leisure, importanti attrattori della ristorazione, così da sostenere in particolare la fascia serale.
Infine, nonostante il periodo complicato, si registrano molte aperture che seguono sia novità, sia tipologie di ristorazione più classiche, segno che seppur più lenta rispetto ad altre categorie merceologiche, una ripresa ci sarà anche per questo comparto.

La ristorazione a catena **si mette in mostra**

I migliori format hanno partecipato in massa alla quarta edizione del FA che si conferma una formidabile opportunità di confronto e networking

Tradizione e innovazione, globalizzazione e prossimità sono alla base di un mercato, quello del foodservice, che prima della crisi è cresciuto consecutivamente per anni, arrivando a produrre nel 2019 in Italia un giro d'affari di 85 miliardi di euro.

Nasce da questi numeri e da questo sviluppo la voglia di dare vita alla quarta edizione del **Foodservice Award Italy**, il contest lanciato lo scorso luglio da Edifis Eventi e accompagnato da un efficace promozione e organizzazione verso la premiazione del 16 novembre dai magazine Ristorando e retail&food. Un evento cresciuto nel tempo e riconosciuto da tutto il mondo del foodservice come un'occasione di dialogo e confronto diretti fra operatori, sviluppatori, fornitori e investitori del settore. Prova ne sia la sponsorship di Mapic Italy e il sostegno di associazioni come: CNCC (Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali), Confimprese, Aigrim, ATRI (Associazione Travel Retail Italia), Federfranchising e Ubri (Unione Brand Ristorazione Italiana). A cui si aggiungono le sponsorizzazioni da parte di aziende illustri come Casa Modena, Chef Express, Havi, La Filetteria Italiana, Lavazza, NPD, Spazio Futuro, Cattel e Löwengrube (elenco aggiornato al 22 ottobre).

L'edizione 2021 del FA verrà ricordata per la partecipazione straordinaria di brand della ristorazione 89 insegne si stanno contendono gli award in dieci categorie: Caffè, Pizza, Panini, Carne, Ristorazione a tema, Gelato & Cioccolato, Centri commerciali, Travel, Urban, Innovazione e digital. Insegne che hanno affrontato la crisi economico sanitaria dovuta al Covid-19 adattando format e servizi, implementando il canale digitale e spingendo nuovamente sullo sviluppo retail una volta che le restrizioni imposte dal Governo sono state allentate. Con il prodotto quale elemento cardine attorno al quale hanno strutturato l'intera proposta. Visto l'altissimo tasso di partecipazione, da record se pensiamo al quadro economico che stiamo vivendo, possiamo dire che questa quarta edizione ha vinto la propria sfida per la qualità dei marchi e il volume dei punti vendita rappresentanti: oltre 3mila. E si conferma attrattore non solo di insegne nazionali e internazionali attive nel nostro Paese, ma anche di operatori emergenti sviluppati in singole realtà territoriali.

I PRINCIPALI OBIETTIVI DELLA QUARTA EDIZIONE

- Dare un rinnovato impulso allo sviluppo di un'offerta di qualità nel comparto della ristorazione commerciale moderna in Italia e della ristorazione italiana all'estero;
- Offrire evidenza alle migliori aziende del foodservice nazionale e internazionale che operano sul territorio italiano;
- Favorire il dialogo e il confronto fra operatori, sviluppatori, fornitori e investitori del settore.

I NUMERI DEL FA ITALY 2021

89 finalisti

Oltre 3.000 punti vendita rappresentati

CAFFÈ

PIZZA

PANINI

CARNE

beercode | kitchen & bar

RISTORAZIONE A TEMA

GELATO & CIOCCOLATO

CENTRI COMMERCIALI

TRAVEL

URBAN

INNOVAZIONE E DIGITAL

Casa Modena
MAESTRI NEI SALUMI

Professional

Prosciutti Cotti, Mortadelle, Salami, Affettati sono solo una parte dell'assortimento Casa Modena Professional. Scopri la gamma completa!

Prosciutto Cotto Scelto Granpregio
Peso medio: 7,6 kg

Prosciutto Cotto Granblu Scarto Zero
Peso medio: 7,8 kg

Prosciutto Cotto Granblu
Peso medio: 7,8 kg o 4kg

Prosciutto Cotto AQ
Affettato 300g

Mortadella Bologna IGP
Peso medio: 3,5 kg

Mortadella Casa Modena Professional
Peso medio: 3 kg

Salame Milano
Peso medio: 3,5kg

Pancetta stufata doppia
affettata 750g

Sulla via **della qualità**

La figura del Direttore Esecuzione del Contratto (DEC) è un'opportunità per stazioni appaltanti e SRC verso un corretto e proficuo svolgimento dei contratti

di Corrado Giannone

Nell'articolo precedente ci siamo occupati degli aspetti riguardanti la nomina e la retribuzione dei componenti le commissioni di gara. Questa volta parleremo dell'individuazione del direttore del contratto di esecuzione "DEC" ai sensi dell'articolo 101 del Codice degli appalti e del Decreto 7 marzo 2018, N. 49 Regolamento recante "*approvazione delle linee guida sulle modalità di svolgimento delle funzioni del direttore dei lavori e del direttore dell'esecuzione*". Prima però consentitemi un momento di autoincensamento.
In un articolo del lontano giugno 2010 parlando dei controlli delle attività in appalto, avevo suggerito la necessità di istituire la figura del direttore del servizio di ristorazione alla stessa stregua di quanto previsto per i lavori pubblici. Ebbene, non certo per merito mio, oggi il Codice degli appalti ha previsto questa figura e le relative mansioni. Cominciamo con il dire che le amministrazioni di solito affidano il Compito del DEC a personale interno.
Ultimamente, assistiamo a un cambio di rotta dettato sostanzialmente da due motivi: il primo sostenuto dalla carenza di risorse umane che affligge molte amministrazioni; il secondo legato a un carico di responsabilità difficile da sostenere da parte di un ente che non ha nel proprio organico una figura con le giuste competenze. Oggi i soggetti incaricati della funzione di DEC si trovano di fronte a un carico di mansioni e di lavoro che come vedremo in seguito è decisamente superiore a quello che prima gravava sulla figura del semplice assistente alle attività.
Il lato positivo dell'introduzione del DEC è che per i professionisti della ristorazione collettiva, si aprono nuove prospettive di

lavoro. Nello stesso tempo, le amministrazioni possono contare su una figura in grado di garantire che il servizio di ristorazione venga svolto secondo quanto previsto dal contratto. E questo non è un semplice dettaglio visto che alcune società di ristorazione senza scrupoli approfittando dell'incapacità dell'entente di controllare la conformità del servizio non rispettano gli impegni contrattuali.
Parliamo di soggetti che probabilmente si sono aggiudicati l'appalto grazie a proposte migliorative allettanti e e offerte economiche molto competitive, certi che nessuno avrebbe poi controllato la reale messa in atto di quanto proposto.

È il caso di un comune vicino a Milano che dopo un anno dall'inizio del servizio di ristorazione, a seguito delle lamentale dei genitori, ha affidato ad una società specializzata nei controlli di conformità l'incarico di verificare se il servizio di ristorazione venisse svolto secondo quanto pattuito.
Dalle prime verifiche si è evinto che molte delle migliorie offerte dall'appaltatore, non erano mai state applicate, specie quelle relative alle derrate alimentari. In caso di controlli da parte dei NAS, questa situazione avrebbe comportato una denuncia penale a carico del gestore per frodi in pubbliche forniture e una per l'ente per i mancati controlli, né più né meno quello che accaduto recentemente al Comune di Udine come riportato da numerosi organi d'informazione. La scelta quindi di affidare all'esterno la funzione di DEC è un garanzia per l'amministrazione. A questo punto sorge spontanea una domanda: come stimare il compenso da corrispondere al soggetto incaricato della funzione di DEC?…
Mentre per il direttore dei lavori la parcella è calcolata secondo il DM 17/06/2016 che tiene conto di diversi parametri tra i quali l'importo dei lavori e le categorie di lavori, nel caso del DEC non ci sono norme di riferimento.
Questo induce ogni amministrazione a individuare un compenso che non sempre però risulta essere adeguato all'impegno e alle responsabilità richiesti. Capita anche che amministrazioni che hanno un servizio di ristorazione con le medesime caratteristiche si comportano da questo punto di vista in maniera molto dissimile una dell'altra. Prendiamo come esempio, il comune di Cerveteri e il Comune di Mediglia. Entrambi hanno in essere contratti di ristorazione scolastica dello stesso valore, e con lo stesso numero di pasti.
Ebbene Mediglia ha previsto per una prestazione di tre giorni la settimana minimo con l'obbligo di reperibilità per 5 giorni la settimana, un compenso a base d'asta annuo di 9.600 più iva, Cerveteri con una prestazione di due giorni mensili ha proposto un compenso di 13.000 euro l'anno più iva. Nel caso del Comune di Mediglia è evidente che la prestazione richiesta risulta essere decisamente sotto pagata. Personalmente ritengo opportuno che le amministrazioni, in attesa di una norma specifica che ponga fine a queste marcate differenze, facciano riferimento all'art. 6 comma 2 lett a) del DM 17 del 17/06/2016 e ss. mm.ii così come ha fatto correttamente il Comune di Cerveteri.

Scelta e mansioni del DEC

Per individuare la figura del direttore dell'esecuzione del contratto esterno all'amministrazione, gli enti di solito scelgono un procedura negoziata preceduta da una manifestazione

d'interesse e successivo invito ai concorrenti che hanno i requisiti richiesti. Ogni ente a sua discrezione convoca tutti i candidati scegliendo, in alcuni casi, chi invitare tramite un sorteggio oppure in base all'ordine di arrivo delle domande.
Personalmente considero questa sorta di preselezione controproducente.
Ma vediamo ora quali sono le mansioni che il direttore dell'esecuzione deve svolgere sia di carattere generale sia relativi ai contratti di ristorazione ai sensi dell'art. 101, comma 1 del D. Lgs. n. 50/2016, e delle Linee guida Decreto 7 marzo n. 49 regolamento recante "approvazione delle linee guida sulle modalità di svolgimento delle funzioni del direttore dei lavori e del direttore dell'esecuzione".
I compiti del DEC previsti nella normativa richiamata, consistono nell'assicurare il "coordinamento, alla direzione e al controllo tecnico-contabile dell'esecuzione del contratto stipulato dalla stazione appaltante assicurando la regolare esecuzione da parte dell'appaltatore.
In conformità ai documenti contrattuali, le prestazioni minime richieste prevedono il supporto al Responsabile Unico del Procedimento nelle attività di coordinamento, direzione e controllo tecnico e contabile dell'esecuzione del contratto e, in particolare, nello svolgimento delle attività di seguito indicate.
Provvedere alla direzione ed al controllo tecnico e contabile dell'esecuzione del contratto relativo al "servizio di ristorazione" stipulato dalla stazione appaltante, nonché alle relative problematiche tecniche ed amministrative.
Verificare e monitorare lo svolgimento da parte dell'appaltatore di tutte le prestazioni previste nel capitolato speciale d'appalto e nell'offerta tecnica presentata in sede di gara, controllare la regolare esecuzione delle attività, mediante sopralluoghi anche non programmati preventivamente, con segnalazione al RUP delle eventuali inadempienze dell'appaltatore per l'applicazione delle corrispondenti penali connesse al mancato rispetto dei termini contrattuali.
Le attività svolte dovranno essere comprovate da specifici verbali della verifica effettuata controfirmati dall'appaltatore. Acquisire le comunicazioni dell'appaltatore riguardanti la presenza di ostacoli o di condizioni di forza maggiore alla regolare esecuzione del servizio e rilascio di pareri e nullaosta di merito.
Svolgere la propria attività di concerto con il RUP, garantendo l'indispensabile presenza, sul territorio dove si svolge il servizio, per le attività, continuative nell'intero arco dell'incarico, di controllo e direzione dell'appalto.
Gestire la corrispondenza con l'utenza riguardo segnalazioni su eventuali malfunzionamenti del servizio e interfacciarsi con la ditta appaltatrice per l'individuazione delle relative soluzioni.
Confrontarsi con il RUP, ai fini dell'applicazione della normativa in materia di sicurezza (D. Lgs. n.81/2008 e ss.mii), con particolare riferimento alle eventuali valutazioni dei rischi da interferenze connessi all'attività del servizio.
Garantire la propria presenza, per lo svolgimento delle attività richieste fatto salvo i casi in cui a discrezione del RUP/Dirigente del servizio occorra una presenza più assidua.
Redigere le relazioni tecniche riassuntive con lo scopo di individuare possibili interventi correttivi, che potranno essere di natura gestionale, in occasione di eventuali modifiche normative di particolare incidenza e rilevanza. Presentare agli uffici preposti relazioni, computi e documentazione fotografica relativa allo svolgimento dei servizi da parte della ditta aggiudicataria.
Nello specifico del servizio di ristorazione l'attività consiste nel:
1. Controllo del mantenimento dei requisiti previsti dal disciplinare per la gestione delle attività
2. Controllo del rispetto dei menu e delle grammature degli ingredienti
3. Controllo dell'organizzazione del servizio di ristorazione scolastica e verifica delle singole componenti organizzative, in relazione all'offerta tecnica dell'Operatore Economico
4. Controllo del personale presente in termini di numero, mansioni, livello e monte- ore giornaliero e settimanale
5. Controllo dell'igiene del personale
6. Controllo della conformità delle derrate alimentari e non alimentari, rispetto alle specifiche tecniche
7. Controllo della conformità dei prodotti offerti in fase di gara, in relazione all'offerta tecnica dell'Operatore Economico aggiudicatario del servizio di ristorazione

pagoPA

La spontaneità è tutto.

Il pagamento spontaneo dei servizi di Ristorazione Scolastica

É importante salvaguardare le abitudini dei cittadini che spesso preferiscono saldare i servizi di Ristorazione Scolastica presso il punto fisico più comodo e senza prima generare lo IUV.

Grazie a PA-Pay® e all’accordo in esclusiva con LIS Holding S.p.A, il cittadino ha a disposizione la rete di oltre 35.000 Tabaccherie PUNTOLIS sul territorio nazionale presso cui ricaricare a importo libero la mensa scolastica.

Per effettuare il pagamento in modo rapido e sicuro basta infatti scegliere il PUNTOLIS più vicino, mostrare il QR code sullo smartphone, generato dall’app di Progetti e Soluzioni, comunicare l’importo e procedere al pagamento (*).

Perché PA-Pay soddisfa la necessità di spontaneità dei cittadini.

PA-Pay è un marchio registrato di proprietà di Progetti e Soluzioni SpA

PUNTOLIS è un marchio registrato di proprietà di LIS Holding.
(*) Il servizio di pagamento è fornito da LIS Pay S.p.A. Per informazioni, condizioni economiche, trasparenza e privacy, consultare la sezione “Trasparenza, Privacy e Reclami” dell’area Pagamenti e Servizi al Cittadino del sito www.lispay.it.

SEMPRE PIÙ GREEN ED ECOSOSTENIBILE

ClearKit dopo Milano e Roma, ha aperto un nuovo centro di smistamento logistico a **Bologna** per migliorare la **capillarità distributiva** nel **centro Italia.**

ClearKit in tutte le fasi di preparazione dei prodotti e soprattutto nel trasporto, segue le linee guida di **ecosostenibilità**, **risparmio energetico** e utilizzo di **energie rinnovabili**, per il benessere dell'ambiente e di tutti noi!

CERTIFICAZIONI OTTENUTE

CLEARKIT È IN POSSESSO DELLA **CERTIFICAZIONE ISO 9001**
RILASCIATA DALL'ENTE INDIPENDENTE DI CERTIFICAZIONE TÜV ITALIA

Via Giovanni Donghi 8, 20811 Cesano Maderno (MB)
commerciale@clearkit.it
+39 348.3373532 | +39 0362 687643

www.clearkit.it

8. Controllo della corretta erogazione dei menu e delle diete e del rispetto delle grammature, in relazione alle specifiche tecniche relative ai menu per ciascuna tipologia di utenti e alle specifiche tecniche allegate al Capitolato Speciale di appalto per la gestione del servizio di ristorazione
9. Controllo del rispetto in qualità e quantità delle derrate alimentari prescrittive rispetto ai CAM
10. Controllo del rispetto in qualità e quantità delle derrate alimentari offerte dall'OEA quali migliorie
11. Controllo delle prescrizioni previste dai CAM
16. Controllo delle tecnologie di produzione e cottura, in relazione al Capitolato Speciale di appalto per la gestione del servizio di ristorazione
17. Controllo delle modalità di conservazione e trasporto dei pasti pronti, in relazione al Capitolato Speciale di appalto per la gestione del servizio di ristorazione
18. Controllo delle modalità di somministrazione dei pasti, in relazione al Capitolato Speciale di appalto per la gestione del servizio di ristorazione
19. Controllo della applicazione del D. Lgs 81/2008 e successive modificazioni (Miglioramento della salute e della sicurezza dei lavoratori) e corretta gestione di quanto previsto dal DVR
20. Controllo della messa in atto delle misure atte a ridurre o eliminare i rischi interferenti e aggiornamento del DUVRI
21. Controllo della documentazione e delle certificazioni, in relazione al Capitolato Speciale di appalto per la gestione del servizio di ristorazione
22. Controllo dello stato di manutenzione di strutture, impianti e attrezzature, rispetto quanto prevede la specifica tecnica.
23. Controllo del libro di registrazione delle manutenzioni eseguite
24. Controllo degli aspetti della comunicazione offerti dall'OEA
25. Monitoraggio analitico (microbiologico, chimico-fisico, merceologico) delle derrate alimentari e non alimentari e delle superfici
26. Segnalazione al RUP delle penali previste nel capitolato d'applicare all'OEA in caso di inadempienze
27. Assistenza per la gestione della commissione mensa/ circolo di qualità e partecipazione alle riunioni
28. Controllo della corretta fat-

12. Controllo della tracciabilità dei prodotti locali a filiera corta offerti dall'OEA
13. Esecuzione di audit presso i produttori locali indicati dall'OEA nell'offerta
14. Controllo dell'applicazione delle procedure operative come previste dalla specifica tecnica
15. Controllo dell'igiene ambientale e delle procedure di sanificazione, disinfestazione e derattizzazione, in relazione alle specifiche tecniche allegate al Capitolato Speciale di appalto per la gestione del servizio di ristorazione

turazione in relazione al numero dei pasti
29. Valutazione economiche in caso di variazioni di uno o più aspetti del servizio
30. Proposte al RUP di modifiche o varianti del contratto in corso di esecuzione indicandone i motivi i motivi in una apposita relazione nei casi e alle condizioni previste dall'articolo 106 del Codice. Come risulta evidente il compito di direttore dell'esecuzione è molto gravoso e comporta grande responsabilità. Aggiungo pertanto, che trovo giusto che questa figura percepisca una retribuzione adeguata.

Ieri, oggi e domani

Consumata il loco o consegnata/asportata, artigianale o home made, leggera o croccante, tradizionale o innovativa, e, naturalmente, sostenibile: ecco alcuni dei trend emergenti nel mondo della pizza al tempo della "nuova normalità"

di Massimo L. Andreis

Simbolo per eccellenza della cucina italiana nel mondo, la pizza è uno degli alimenti più consumati in assoluto ai quattro angoli del globo.
Inevitabile che la pandemia abbia colpito anche questa proposta, con la chiusura delle pizzerie e di tutti i locali che, a vario titolo, avevano tra le proprie proposte anche il nostro piatto nazionale.
Tuttavia, nel Belpaese sono 8 milioni le pizze che vengono consumate ogni giorno. Giocoforza, nei mesi dei lockdown, la modalità di consumo è inevitabilmente cambiata. È sotto gli occhi di tutti come in questi ultimi due anni sia stato il delivery a consentire agli italiani di continuare a mangiare la pizza dei loro locali preferiti nonché a far lievitare il mercato delle preparazioni home made.
Secondo uno studio dell'*Osservatorio The Word after Lockdown*, 7 italiani su 10 hanno ordinato la pizza almeno una volta per asporto o consegna a domicilio.
Un trend che si rafforza, come conferma uno studio dell'*Osservatorio ecommerce B2C del Politecnico di Milano*, che quantifica in 863 milioni di euro il valore degli acquisti in food delivery solo in Italia nel 2020, il 46% in più rispetto al 2019.

L’innovazione è servita

Per quanto riguarda la variante fatta in casa, la media delle pizze cucinate tra le mura domestiche dagli italiani lo scorso anno è aumentata a 2,9 al mese, rispetto a 1,9 volte dell’anno precedente.
I giovani guidano questa tendenza: il 58% sceglie di prepararsi al massimo due o tre varianti, ispirandosi a ricette semplici, sia tramandate a livello familiare (28%), sia scoperte in Rete (25%). È qui che fa la sua comparsa il cosiddetto meal kit: confezioni complete di tutti gli ingredienti necessari per ricreare in versione casalinga le ricette classiche e degli chef più famosi.
Fortunatamente, ristoranti e pizzerie hanno progressivamente riaperto e stanno tornando a servire i clienti sul posto, con tutte le precauzioni sanitarie necessarie.
Nondimeno, l’acquisto online non è un fenomeno passeggero: si tratta ormai di una abitudine consolidata che si accompagna all’innovazione tecnologica e digitale.
La tendenza all’acquisto online non è da considerarsi passeggera: è un comportamento consolidato negli italiani. Per raccogliere le sfide della “nuova normalità”, occorrono alcuni ingredienti: aggiornamento, efficienza e velocità del servizio saranno sempre più vitali per andare incontro alle abitudini dei consumatori. A loro volta, la tecnologia e le innovazione dei forni stanno migliorando la qualità del prodotto, pur salvaguardando la tradizione, senza contare il tema dell’abbattimento dei consumi energetici e della maggiore sostenibilità, non solo delle apparecchiature per cuocere ma delle materie prime, sempre più spesso all’insegna di filiera corta, biologico, stagionalità, marchi tutelati e rispetto del benessere animale, ambientale e delle persone. Sono tutte nuove sfide cui ristoranti e pizzerie dovranno tener testa nel prossimo futuro: da loro dipende infatti se le tendenze in atto nel settore diventeranno nuove opportunità di business e di sviluppo. È quindi giunto il momento di rivolgere proprio ai responsabili di alcune delle più dinamiche e realtà del mercato alcuni quesiti, per meglio comprendere in che direzione sta andando e quali evoluzioni potrà avere nel prossimo futuro.

CLAUDIO BAITELLI,
ceo Alice Pizza

Con 170 pizzerie in Italia e all’estero, di cui 57 gestite direttamente e il resto in franchising, **Alice Pizza** è ormai un big di questa offerta culinaria. “*Contestualmente alle nuove aperture, aumentano anche le assunzioni*”, ci spiega **Claudio Baitelli**, AD del format romano. “*Per quanto riguarda la rete diretta, dall’inizio dell’anno a oggi sono state assunte 253 risorse con la previsione di almeno altri 200 ingressi entro la fine dell’anno. La rete franchising sta crescendo in parallelo mentre quella diretta al momento conta 491 dipendenti con una maggioranza femminile, 242 donne e 249 uomini*”.
L’offerta, come ci spiega il manager, è incentrata totalmente sulla pizza, con più di 60 ricette salate e dolci che ruotano quotidianamente sui banchi dei negozi. L’impasto usato è caratterizzato da una quantità di lievito molto ridotta: circa 2,5 grammi di lievito per ogni kg di impasto. Questo significa che con un dadino di lievito di birra da 25 grammi, Alice Pizza ne realizza circa 10 kg. Per ottenere un risultato così ricco di ossigeno e di conseguenza molto digeribile, l’impasto lievita lentamente per almeno 24 ore a temperatura controllata. Poi viene lavorato a mano e steso delicatamente in teglia. Infine, è farcito e cotto ad alte temperature per diversi minuti nel forno elettrico. Le tempistiche variano dalla teglia alla pala e di condimento in condimento.
La farina per questo impasto è stata studiata dal maestro pizzaiolo **Domenico Giovannini**, creatore del marchio oltre 30 anni fa: è una miscela di farine tipo 0 ad alta qualità, priva di additivi e di farine aggiunte, che ha nell’elasticità il suo vero punto di forza. Allo stesso modo, gli ingredienti sono selezionati per i condimenti con grande attenzione rispettando, nel caso delle frutta e della verdura, il principio della produzione locale e a Km0.
“*Accanto a chi non rinuncia alle varianti più tradizionali*”, riprende Baitelli, “*nella nostra offerta commerciale non possono mancare i gusti più riconoscibili nel territorio, vale a dire le pizze romane come ad esempio la Cacio e Pepe. Ma per chi vuole qual-*

HAVI: L’innovazione al servizio delle aziende Foodservice

HAVI sviluppa i propri servizi di Supply Chain Integration a livello globale con una presenza in 49 Paesi, 132 centri di distribuzione, oltre 1.800 automezzi multi-temperatura e 9.000 collaboratori. La vision di HAVI è quella di ricoprire il ruolo di partner strategico per la gestione della Supply Chain di marchi leader nella ristorazione commerciale e collettiva, erogando servizi innovativi tailor-made, progettati e realizzati sulla base delle necessità di business della propria clientela. Con la formula One Stop Shopping HAVI è in grado di subentrare nei contratti di fornitura stipulati dai propri clienti ed attraverso l’acquisizione della proprietà della merce, gestisce la End To End (E2E) Supply Chain, dai produttori ai punti vendita del cliente, attraverso i propri centri di distribuzione. Tutti i passaggi conseguenti, ovvero l’invio degli ordini ai fornitori, la gestione dei ritiri, il controllo dello stock presso i centri distributivi, la ricezione degli ordini dai punti vendita, la distribuzione fisica delle merci, la gestione della sicurezza alimentare, la fatturazione ed i flussi finanziari attivi e passivi, diventano una diretta responsabilità di HAVI, totalmente concordata, monitorata e condivisa con il proprio cliente.

I centri di distribuzione di HAVI sono dotati di aree di stoccaggio a tre temperature (fresco, surgelato e ambiente) così come i mezzi dedicati alla distribuzione secondaria e tale set-up consente ad HAVI di gestire la Supply Chain dell’intero assortimento dei propri clienti con una estrema semplificazione e standardizzazione dei processi di approvvigionamento. Il servizio tailor-made garantisce inoltre consegne plurisettimanali, multi-temperatura, in giorni ed orari prestabiliti tali da garantire elevati livelli di efficienza per il punto vendita durante le operazioni di scarico, nel totale rispetto delle norme in materia di sicurezza e qualità alimentare.

HAVI offre quindi soluzioni “chiavi in mano” per la gestione della Supply Chain, garantendo un servizio ai più alti livelli di mercato, una estrema e collaudata pianificazione e semplificazione dei processi di approvvigionamento ed un servizio di Customer Service caratterizzato da elevata professionalità e competenza. Tutti elementi che consentono di nostri clienti di focalizzarsi sul proprio core business e sullo sviluppo dell’impresa, avendo la certezza che HAVI continuerà a supportarne ed agevolarne la crescita, all’insegna dell’eccellenza operativa ed organizzativa.

Growth
through
Excellence

cosa di nuovo, proponiamo pizze speciali stagionali presenti solo in determinati periodi, realizzate con prodotti 'di stagione'. Ad ogni modo, la pizza Patate e Rosmarino è la più gettonata dai clienti sia a Roma che a Milano".

Anche Alice ha messo l'acceleratore alla digitalizzazione nell'ultimo anno e mezzo, lanciando l'APP e cogliendo ogni opportunità per incrementare le vendite: "*I nostri clienti digitali utilizzano in larghissima parte la funzione Prenota e Ritira per risparmiare tempo e denaro, e la consegna a domicilio a casa per la famiglia. Ciononostante, siamo una pizzeria al taglio e la nostra strategia non può prescindere dal passaggio nei nostri punti vendita, nel quale continuiamo a credere. Notiamo come il take away sia una leva sulla quale è importante puntare*". Ogni ordine delivery viene appositamente creato nelle cucine al momento, per far arrivare nelle case dei clienti un prodotto appena sfornato. Alice lavora con le maggiori compagnie di food delivery e, dal lancio nel 2020 dell'APP, collabora con una società di logistica. Lato crescita, sono previste nei prossimi mesi 7 nuove aperture a Roma, Torino e Milano.

Sono 14 in Italia e uno a Londra i locali di **Berberè**, tutti a conduzione diretta, e danno lavoro a 180 dipendenti. Lo scontrino medio è di 15 euro, per un'offerta che è basata essenzialmente sulla pizza, con pochi "sfizi" (30%) prima e qualche dessert (20%).

La pizza è realizzata con lievito madre vivo, farine biologiche semintegrali, tagliata in otto spicchi. Nella guarnitura gli ingredienti utilizzati sono per la maggior parte da agricoltura biologica, prodotti da aziende attente alla sostenibilità: così nel menu troviamo le carni della *Macelleria Zivieri* di Monzuno (BO), i capperi di Salina *Presidio Slow Food*, il pomodoro biologico di Alce Nero e formaggi d'alpeggio. Il forno nei locali è elettrico, che permette di tenere una temperatura più costante a circa 350 gradi.

"*Rispetto a 10 anni fa le persone sono più propense ad andare fuori dalla 'sicurezza della margherita' e si fidano degli abbinamenti proposti*", ci dice **Matteo Aloe**, cofondatore con il fratello **Salvatore** del format. "*Avendo un menu stagionale, in estate prevalgono proposte vegetariane e leggere, in inverno quelle più golose. Le pizze classiche, che da noi costituiscono circa metà della proposta, comunque non tramontano mai*".

Dopo la riapertura parziale di maggio e qualche titubanza a giugno, "*siamo molto soddisfatti delle performance del Q3 che ci vede sopra il 2019. Parliamo comunque di un anno, il 2021, con 5 mesi di chiusura*", riprende il pizzaiolo-imprenditore. "*Delivery e take away hanno assunto un peso rilevante anche dopo la riapertura con una percentuale di circa il 25% sul fatturato totale. La nostra pizza cuoce a 350°C, quindi viaggia meglio di una classica napoletana. Ma nessun prodotto chiuso in un box per 20 minuti è paragonabile a quello appena cotto e servito. Noi abbiamo cercato di migliorare il packaging inserendo un foglio di cartone che permette al vapore di uscire dai buchi del box, impieghiamo un 'sigillo garanzia' che permette al cliente di essere sereno che la pizza non è mai stata aperta durante il tragitto*".

Berberè ha appena aperto a Milano, in zona Porta Romana, il quinto locale in città. "*Continueremo il nostro percorso di crescita e sviluppo organico senza nessuna pressione o fretta. Il nostro obiettivo è fare sì aperture, ma con calma e bene. Abbiamo un locale a Londra e ci piacerebbe ampliarci nella capitale inglese, un progetto rallentato da Covid e Brexit, ma che non abbandoniamo perché ci crediamo molto*".

Da sempre il format è molto attento al tema della sostenibilità: "*E non per scriverlo o sbandierarlo, ma per rispet-*

MATTEO E SALVATORE ALOE,
fondatori Berberè

to", sottolinea Aloe. "*Usiamo molti prodotti bio, cerchiamo di ridurre al minimo il packaging di plastica da parte dei fornitori e non ne usiamo per i nostri clienti. Anche i box pizza sono fatti con inchiostro ad acqua, perfettamente riciclabili se puliti. Usiamo forni elettrici anziché a legna. I prodotti provengono da contadine o allevatori che hanno la nostra stessa filosofia*".

A tutta sostenibilità

Pizzikotto, format di casa **Cigierre**, è presente in Italia con 33 locali sparsi sull'intero territorio nazionale. Solo uno è in franchising. Ciò si traduce in 700 addetti a livello rete. Lo scontrino medio si attesta intorno ai 16 euro.

"*La pizza è il cuore del nostro format, un'offerta di successo e amata dai nostri clienti resa tale grazie - fra l'altro - all'utilizzo di prodotti certificati biologici e ai processi di lavorazione artigianali*", esordisce **Daniele Crucil**, direttore Marketing e Comunicazione della Compagnia Generale di Ristorazione. "*Ci caratterizziamo anche per la presenza di piatti della tradizione italiana e per un menu interamente dedicato ai dolci, la cosiddetta lifferia, la pasticceria artigianale di Pizzikotto. Cucina e dolci compongono circa il 25% delle vendite del nostro format*". A detta del manager, la lavorazione dell'impasto è punto di forza distintivo del brand. Se ne realizzano tre tipologie: pizza alta, di mezzo e bassa. La prima e la seconda soluzione hanno un impasto di 340 grammi, si differenziano per la stesura e quindi nel diametro e nell'altezza/croccantezza post-cottura. La bassa ha invece un impasto da 180 grammi, dunque appare molto sottile e con un diametro ancora maggiore. Tutti gli impasti maturano per almeno 72 ore e si usa meno del 5% di olio per la lavorazione. Gli impasti sono prodotti all'interno di un laboratorio di proprietà. Tutti gli ingredienti sono certificati biologici e molta della materia prima è certificata DOP e IGP. "*Utilizziamo solo prodotti italiani, anche le carni bianche sono di provenienza nazionale. Unica eccezione è costituita dalla carne rossa per cui sfruttiamo le carni argentine del nostro altro format di successo Old Wild West. Crediamo nella tradizione: ecco perché preferiamo prodotti italiani, sperimentiamo con i prodotti della terra quindi puntiamo a un uso limitato del prodotto congelato. Un altro aspetto di cui andiamo orgogliosi è la selezione dei fornitori, collaboriamo anche con partner artigianali di medie e piccoli dimensioni perché crediamo nelle potenzialità del made in Italy più autentico: ad esempio, i nostri forni sono forni* Moretti, *a funzionamento elettrico con pietra refrattaria*".

DANIELE CRUCIL,
direttore Marketing e Comunicazione Cigierre

Tra le pizze nel menu, ci sono quelle mese, realizzate con soli prodotti stagionali. Queste hanno sempre nomi femminili perché "*nel nostro immaginario Pizzikotto è donna*", puntualizza Crucil. Che poi aggiunge che delivery e asporto si attestano al 21% delle vendite: il 9% riferibile al delivery e il restante 12 al take away. Per la consegna si usano box termici e packaging studiati ad hoc: si tratta di confezioni forate per consentire al vapore di fuoriuscire e non compromettere gusto e consistenza della pizza. Il raggio di consegna è limitato: una scelta precisa perché per il marchio è fondamentale che il prodotto arrivi sulle tavole dei clienti ancora caldo come appena sfornato nei ristoranti. In calendario ci sono nuove aperture per il 2022, principalmente localizzate nel nord Italia. "*La nostra esperienza ci insegna che Pizzikotto si adatta meglio nelle aree residenziali e nelle aree caratterizzate dalla presenza di uffici, è un format che per natura del prodotto e target a cui si rivolge funziona bene su strada. Ecco perché lo sviluppo retail seguirà questo canale, prediligendo centri urbani di medie dimensioni.*"

STEFANO SATURNINO,
Ad Pizzium

Pizzikotto nasce con l'idea di sostenibilità già alle origini. "*Ogni giorno siamo impegnati nel ridurre la produzione di rifiuti e stiamo lavorando per arrivare al 100% del packaging asporto compostabile, buona parte lo è già. Molti dei complementi d'arredo dei nostri ristoranti vengono da oggetti di recupero a cui viene data nuova vita all'interno dei locali. Oltre a questo, ci impegniamo concretamente ad ascoltare e a essere vicini ai fornitori per incoraggiare progetti comuni con impatto sociale, supportandoli nelle eventuali esigenze di produzione e costruire insieme relazioni a lungo termine capaci di generare valore*".

Pizzium oggi conta 22 locali sparsi sul territorio nazionale, tutti in diretta, che danno lavoro a 250 persone in Italia. Lo scontrino medio è di 18 euro circa. Fatto 100 il numero di prodotti food venduti, le pizze rappresentano circa l'85%.

Ad accompagnarci nella disamina sul format sono **Stefano Saturnino**, l'AD anche dopo il recente investimento di 6 milioni di euro da parte di **Equinox**, salito al 40% del capitale sociale, e il cofondatore **Nanni Arbellini**: "*Pizzium*

offre una pizza napoletana con un impasto a lunga lievitazione che si unisce a ingredienti DOP e IGP e a ricette regionali per creare qualcosa di speciale: una pizza in continua evoluzione ma con un'identità di tradizione napoletana. Il nostro impasto è ottenuto grazie a una miscela di grani con aggiunta di germe di grano selezionata dal Molino Colombo".

Per Pizzium la scelta dei fornitori rappresenta un punto fondamentale: è la condizione necessaria per un'offerta che fa dei prodotti regionali d'eccellenza il proprio punto distintivo. C'è una ricerca mirata e costante su tutto il territorio nazionale per trovare i collaboratori migliori. Oggi tra i partner ci sono eccellenze italiane come Molino Colombo, i *Fratelli D'acunzi, Frantoio Guglielmi, Salumificio Villani, Salumificio Leoni, Caseificio Lattelier, Pomodori selezionati La Carmela, Conserve Armatore di Cetera, Peperone Crusco Terra Lucana, Team Tartufi*.

La scelta dei forni è legata all'attenzione per la sostenibilità: "*Abbiamo scelto di utilizzare dei forni elettrici che non prevedono combustione con gas o legna, garantendo un basso impatto ambientale. Siamo anche molto attenti alle richieste dei nostri consumatori e lavoriamo ogni giorno per ricercare e proporre sviluppi sempre nuovi. Per questo viviamo in modo proattivo anche le tendenze di mercato. Abbiamo di recente aggiunto tra i nostri ingredienti la bufala senza lattosio, frutto di 6 mesi di test per identificare il prodotto giusto insieme al caseificio* Le Colonne, *dove le mozzarelle vengono delattosate per 24 ore, grazie ad enzimi e senza alcun procedimento chimico, mantenendo tutto il loro sapore e l'alta qualità*".

Da maggio 2021 il giro d'affari è cresciuto di circa il 40%: pur non essendo ancora ai livelli pre Covid, i due imprenditori prevedono che il format possa tornare alle vendite del 2018-19, al netto di nuove restrizioni, ad aprile 2022.

Un aiuto l'hanno dato e lo stanno dando anche delivery e il take away, che sono cresciuti enormemente. In termini numerici, oggi la consegna pesa circa il 10% del fatturato prodotto mentre l'asporto circa il 5%.

E tuttavia: "*Siamo convinti in ogni caso che questo tipo di esperienza non possa in alcun modo sostituirsi a quella che offriamo in pizzeria. Ognuna delle nostre pizzerie è provvista di 3 pizzaioli per la produzione e un addetto al controllo qualità*", concludono i nostri interlocutori, che sull'espansione parlano di una ventina di location nei prossimi due anni.

Un prodotto perfetto per CC e travel

A partire da dicembre 2020 **Rom'antica** ha fatto il suo debutto in Lombardia con tre inaugurazioni in alcuni dei principali centri commerciali nell'area milanese, continuando poi il suo progetto di espansione sul territorio italiano in Veneto e in Emilia Romagna. Durante il 2021 il brand ha consolidato la sua presenza nei maggiori mall del nord Italia e ha tagliato il nastro a due nuovi punti vendita nel centro di Milano.

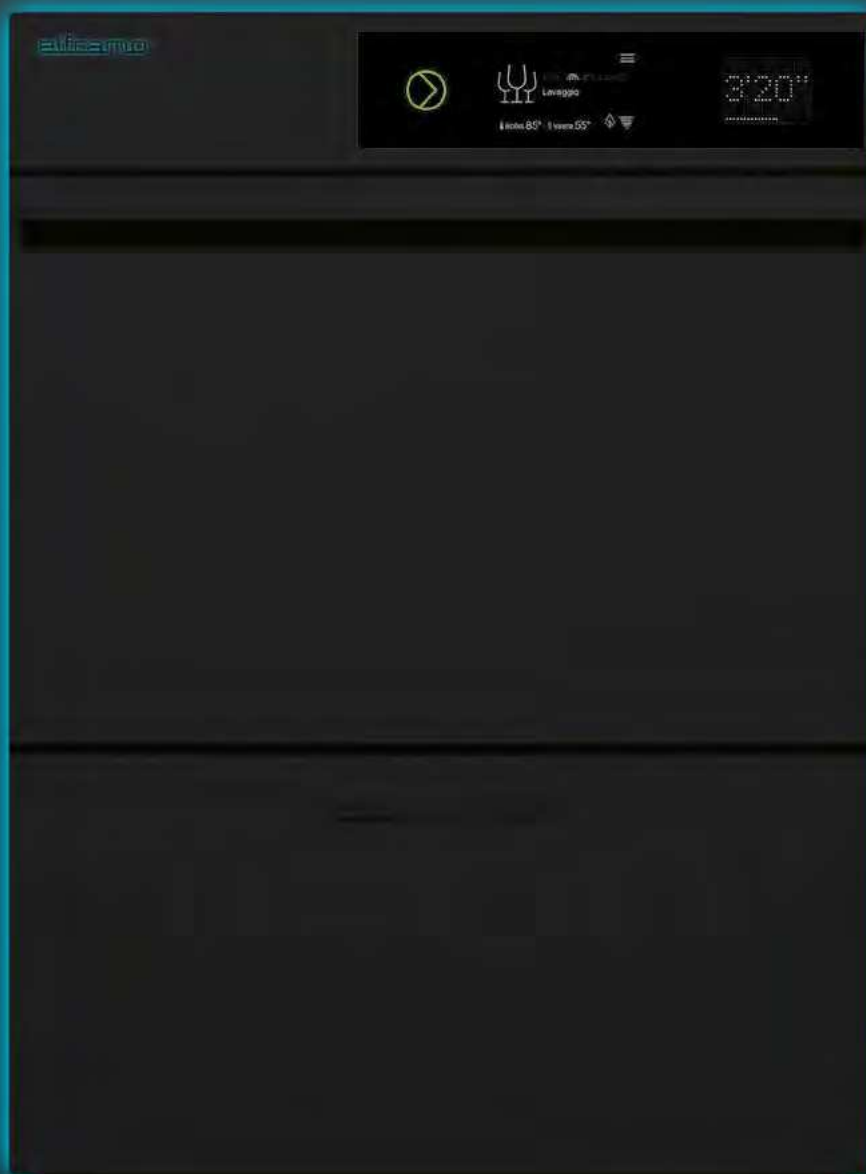
"*Ad oggi abbiamo 40 punti vendita in Italia ed abbiamo l'obiettivo ambizioso di superare i 90 punti vendita nell'arco del prossimo triennio*", ci dice **Mauro Ornelli**, direttore generale di **Vera srl**. "*Il nostro obiettivo e la nostra passione è nutrire tutti i giorni la sorpresa del cliente, accompagnandolo nel viaggio dei sapori e dei piaceri. Questa è la nostra vision. Di conseguenza, il progetto Rom'antica è organizzato e pensato in ogni dettaglio per la sua duplicabilità e scalabilità, ma lo seguiamo in diretta, anche se non escludiamo che in futuro si possa aprire anche allo sviluppo in franchising*".

Ad oggi Vera ha 900 dipendenti di cui 300 impiegati nelle pizzerie Rom'antica, dove lo scontrino medio si aggira attorno agli 8 euro.

Il progetto Rom'antica nasce con la volontà di portare sulle tavole della clientela la vera pizza romana venduta come da tradizione taglio/peso. Ogni punto vendita è un vero e proprio laboratorio: "*L'impasto viene prodotto ogni giorno con basso contenuto di lievito e lunga lievitazione. Questa scelta valorizza non*

MAURO ORNELLI,
direttore generale Vera srl

solo la qualità del prodotto, ma anche la formazione e lo sviluppo di risorse con alta professionalità. Farciture stagionali con verdure fresche di cui presidiamo la filiera, o le tipiche per cui usiamo una selezione accurata di prodotti, come formaggi e salumi DOP, caratterizzano le singole ricette offerte al cliente.
La stessa attenzione l'abbiamo adottata anche ai materiali tecnici e alle aziende che realizzano il nostro progetto, i forni, ad esempio sono Castelli, *vero esempio del made in Italy*".
Il cliente può spaziare all'interno della vastissima offerta legata a tipicità romane con gusti ormai diventati icona: cacio e pepe, melanzane piccanti, amatriciana e gricia, patate e porchetta oltre alle stagionali, con l'ampia e scelta di gusti vegetariani, tra le autunnali crema di ceci e cicoria, funghi e formaggi e zucca e pomodori secchi.
A parità di rete, Rom'antica sta raggiungendo il confronto con i valori di fatturato 2019 del comparto pizza di pari periodo. Il delivery con le piattaforme specializzate è cresciuto a scatti anche del 40%. Nei centri commerciali funziona di più il take away, perché il cliente è già nel mall. La consegna ha bisogno di prossimità, perché i tempi siano sostenibili e le condizioni del prodotto ottimali, quindi funziona meglio e di più in rete cittadina.
"*Siamo presenti in tutte le piattaforme di delivery con tutti i nostri punti vendita; inoltre, nel caso in cui servisse, la nostra pizza, per sua naturale caratteristica dell'impasto, si presta particolarmente al riscaldo, in quanto, se rimessa a temperatura, ritorna croccante e fragrante (e per garantire qualità ai clienti tutti i prodotti, una volta pronti, vengono affidati ai vari rider con un bollo/sigillo di qualità da noi realizzato per offrire il miglior servizio possibile)*".
Le nuove aperture saranno localizzate in centri urbani di una certa dimensione, 30-40mila abitanti. "*Da qui a fine 2021 abbiamo in serbo l'apertura di altri due punti vendita per continuare a dare corpo al nostro progetto di sviluppo, che mira a 90 pdv nel prossimo triennio*".
Il 35% delle vendite ascrivibile alla pizza, l'8% agli "sfizi" e il 7% ai primi: queste le prime voci in ordine di importanza tra gli ordini dei clienti lato food nei locali **Rossopomodoro**, che conta su una rete di 82 ristoranti in Italia (di cui 20 in conduzione diretta) e 17 all'estero (con 2 affiliati). Circa 900 gli addetti impiegati in tutto il network del marchio di **Sebeto** (che oltre a Rossopomodoro sviluppa i format **Rossosapore**, **Anema** e **Cozze**, **La Pizzeria Nazionale**). Di recente la società ha firmato un accordo strategico con **Grandi Stazioni Retail** per un piano di nuove aperture nelle più importanti stazioni ferroviarie italiane. La partnership, iniziata oltre dieci anni fa con le aperture di Rossopomodoro a Milano Centrale e Venezia Santa Lucia, prosegue e si rafforza con altre opening nelle stazioni di Torino Porta Nuova, Bologna Centrale e Roma Termini, e una nuova ricollocazione del ristorante di Milano Centrale. In particolare, a Termini è stato lanciato il nuovo format Rossopomodoro, con pizza artigianale cotta nel forno e sfizi napoletani al banco (street food) "*per i clienti che non hanno tempo di mettere i piedi sotto al tavolo*", ci spiega **Roberto Colombo**, AD della società partenopea. Che negli stessi giorni ha rinnovato anche la collaborazione storica con **Eataly Nord America**, che si sostanzierà per prima cosa nell'apertura a San José, negli USA. Due intese importanti, grazie alle quali "*siamo in grado di prevedere un prossimo futuro di grande espansione con numerose aperture sia in Italia che all'estero*", dice Colombo. Che ci spiega come tra 2019 e 2021 il peso del delivery sia passato dal 3% al 16%. Per il futuro, il management si concentrerà su alcuni obiettivi: "*Pianificazione di promozioni e collaborazioni con nuovi player, menu combo, miglioramento della visibilità, focus sulla marginalità (per ridurre l'impatto dei costi), sul prodotto (per migliorare la customer experience nel delivery) e sull'operatività (per incrementare le performance), nonché sulla riduzione dei tempi di attesa e l'uso del box pizza come strumento di comunicazione*", conclude l'elenco delle priorità l'amministratore delegato di Sebeto.

ROBERTO COLOMBO,
Ad Sebeto

Italia in prima fila contro gli sprechi alimentari

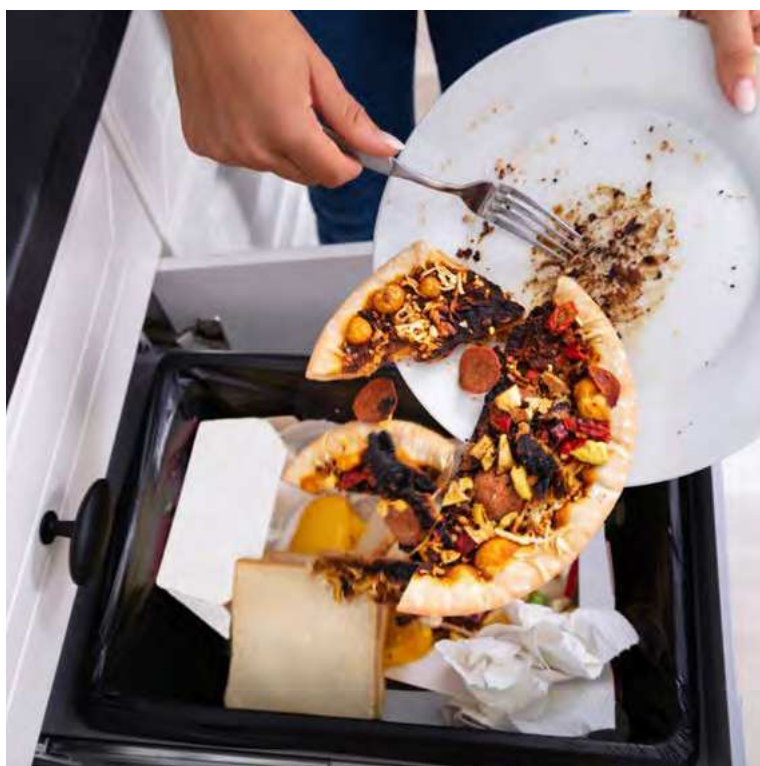
Dal rapporto "FOOD & WASTE around the WORLD" le valutazioni a livello mondiale sulle perdite e lo spreco di cibo che minano la sostenibilità dei nostri sistemi alimentari

di Emilia Guberti

Lo scorso 16 ottobre si è celebrata la Giornata mondiale dell'alimentazione per il secondo anno mentre tutti i paesi del mondo affrontano le ripercussioni della pandemia globale del Covid-19. Mentre oltre 3 miliardi di persone (il 40% circa della popolazione mondiale) non possono permettersi un'alimentazione sana (FAO 2021) appare essenziale l'azione collettiva per promuovere consapevolezza e azione a livello mondiale per tutti coloro che soffrono la fame e per la necessità di garantire diete sane per tutti. Sappiamo che scegliere una dieta equilibrata permette di evitare patologie croniche (malattie cardiovascolari, tumori, diabete, etc.) ma anche di ridurre l'impatto ambientale e le emissioni di gas serra, migliorando così la salute del nostro Pianeta.
Una delle principali cause di produzione di CO2 deriva infatti da quello che mettiamo in tavola ogni giorno. Se valutiamo le emissioni di gas serra, è proprio il cibo a dare il maggior contributo al cambiamento climatico, incidendo per il 31% del totale (una percentuale più alta persino dei trasporti, o del riscaldamento). Per questo, le conseguenze delle nostre scelte alimentari sulla salute del nostro Pianeta sono determinanti.
Da qui l'invito di FAO a diventare tutti protagonisti attivi: "Le nostre azioni sono il nostro futuro. Il cibo che scegli e il modo in cui lo consumi

influiscono sulla nostra salute e su quella del nostro pianeta. Ha un impatto sul modo in cui funzionano i sistemi agroalimentari. Quindi devi essere parte del cambiamento".
Fra le azioni da intraprendere vi è sicuramente la riduzione dello spreco alimentare, una sfida allo stesso tempo etica, sociale, ambientale economica, entrata a pieno titolo nell' Agenda ONU 2030 per lo sviluppo sostenibile, al punto Goal 12.3. inerente la riduzione degli sprechi nell'ambito di consumi e produzioni responsabili.

Perché è importante ridurre le perdite e gli sprechi alimentari

Ridurre le perdite e gli sprechi alimentari è essenziale in un mondo in cui il numero degli individuai che soffrono la fame è in aumento dal 2014. Sono 690 milioni le persone colpite da questa piaga nel 2019, cifra destinata ad aumentare a causa dell'emergenza sanitaria, mentre 3 miliardi di persone non possono permettersi una dieta sana.
Tutto ciò mentre ogni giorno tonnellate e tonnellate di cibo commestibile vengono perse e/o sprecate. Contenere questo fenomeno, secondo l'Onu, porterebbe ad un taglio delle emissioni di gas serra, a rallentare la distruzione della natura attraverso la conversione dei terreni, all'aumento della disponibilità di cibo e quindi ridurre la fame nel mondo.
I dati del Food Waste Index Report 2021 del Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (Unep) evidenziano che a livello globale nel 2019 sono finiti nei rifiuti 931 milioni di tonnellate di cibo

pari a 121 chilogrammi a testa l'anno.
Circa il 14% del cibo prodotto viene perso tra il raccolto e la vendita al dettaglio, mentre si stima che il 17% della produzione alimentare globale totale vada sprecato. Il principale contributo viene dalle famiglie che scartano l'11% di alimenti, mentre servizi e punti vendita al dettaglio ne sprecano rispettivamente il 5% e il 2%.
La perdita e lo spreco di cibo possono anche avere un impatto negativo sulla sicurezza alimentare e sulla disponibilità di cibo e contribuire ad aumentare la spesa per mangiare.
Ne deriva la necessità di puntare su approcci integrati capaci di ridurre le perdite e gli sprechi alimentari. Sono necessarie azioni a livello globale e locale per massimizzare l'uso del cibo che produciamo. L'introduzione di tecnologie, soluzioni innovative e buone pratiche per garantire la qualità del cibo e fare in modo che non finisca nei rifiuti sono fondamentali per attuare questo necessario cambiamento.
Resta davvero poco tempo per raggiungere nel 2030 l'obiettivo di sviluppo sostenibile 12.3, che mira a dimezzare lo spreco pro capite globale di rifiuti alimentari e ridurre perdite di cibo nella produzione.
Secondo l'Onu i consumatori oggi hanno bisogno di aiuto per ridurre gli sprechi a casa ed i paesi possono aumentare il livello delle sfide climatiche, includendo i rifiuti alimentari nei contributi nazionali all'accordo di Parigi, rafforzando la sicurezza alimentare e riducendo i costi per le famiglie. Questo rende la prevenzione del fenomeno un'area di primaria importanza da includere nei *Recovery plan* post Covid dei Paesi.
In occasione della seconda Giornata mondiale di Consapevolezza delle perdite e degli sprechi alimentari 2021,

lo scorso 29 settembre, sono stati presentati i dati del primo Cross Country Report dedicato a "*Food & Waste around the World*" a cura di Waste *Watcher, International Observatory on Food & Sustainability* diretto dal prof. **Andrea Segrè**, ordinario di Politica agraria internazionale all'Università di Bologna.
All'indagine, realizzata in 8 Paesi: Italia, Spagna, Germania, Regno Unito, Stati Uniti, Russia, Canada, Cina hanno preso parte 8mila cittadini, con un campione statistico di mille interviste per ciascun Paese.
Attraverso il confronto incrociato sulle abitudini di acquisto, gestione e fruizione del cibo il Cross Country Report ha offerto un'istantanea sulle abitudini alimentari a livello mondiale.
In tema di spreco alimentare, i più virtuosi sembrano essere gli spagnoli, con il 71% degli intervistati che dichiara di gettare il cibo meno di una volta alla settimana. Seguono russi e tedeschi con il 70%, quindi gli italiani con il 69%. All'opposto i cinesi dichiarano di gettare nel 75% dei casi il cibo una o più volte la settimana a seguire i cittadini statunitensi: il 55% spreca almeno settimanalmente.
Se si considerano i valori assoluti del cibo gettato sono gli italiani i più virtuosi del pianeta, con "solo" 529 grammi di cibo sprecato a testa nell'arco di una settimana. Quasi triplo lo spreco autodenunciato dagli statunitensi con 1.453 grammi di cibo settimanali. Seguono i cinesi con 1.153 grammi, quindi i canadesi con 1.144 i tedeschi con 1.081 e con valori inferiori al kg, inglesi (949), spagnoli (836) e russi (672).
Gli alimenti più sprecati, a qualsiasi latitudine del pianeta, sono i prodotti freschi e deperibili, frutta e verdura. Negli USA si gettano settimanalmente 42,6 grammi di frutta, in Germania 42 e 24,5 in Russia.
Gli italiani registrano uno spreco settimanale medio di 32,4 grammi per la frutta e di 22,8 per la verdura. Fra gli alimenti più sprecati settimanalmente il pane fresco: dai 38,3 grammi degli USA ai 33,8 nel Regno Unito ai 22,3 dell'Italia.
Le cause principali dello spreco sono diversificate fra i diversi Paesi: per gli americani il dimenticarsi delle derrate acquistate e di lasciarle di conseguenza deteriorare (68%), per i cinesi c'è il rifiuto di mangiare gli avanzi (72%). Per i tedeschi, come per gli italiani, la causa è da addebitare anche alla cattiva conservazione degli alimenti freschi da parte degli store.
Il Rapporto conferma un forte collegamento fra abitudini di consumo, spreco alimentare e diete salutari, sostenibili e tradizionali come quella mediterranea e si propone come punto di partenza per promuovere politiche pubbliche e private e iniziative internazionali di sensibilizzazione finalizzate a concretizzare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030.
"*Anche il consumo e la cucina domestica aiutano a ridurre lo spreco*", secondo Andrea Segrè. "*In Italia chi è abituato a mangiare fuori spreca di più in casa. Si tratta di questioni che i cittadini ma anche e soprattutto le governance del pianeta devono adesso affrontare in modo struttural*". Una richiesta accomuna i cittadini degli 8 Paesi oggetto del report, quella di potenziare l'educazione alimentare nelle scuole e fra i cittadini, per aumentare la consapevolezza e quindi favorire la prevenzione e riduzione dello spreco in particolare nelle case.
Aumentare la consapevolezza dei cittadini e delle istituzioni in tutto il mondo permette di promuovere un'alimentazione sana e sostenibile e di prevenire e ridurre lo spreco alimentare a casa come nella ristorazione collettiva e commerciale.
Resta ancora molto da fare ma l'Italia sembra sulla buona strada, ce lo conferma anche la recente notizia che Milano, con il progetto della Food policy degli hub di quartiere contro lo spreco alimentare, ha vinto la prima edizione del prestigioso premio internazionale *Earthshot Prize* del principe William d'Inghiterra sulle migliori soluzioni per proteggere l'ambiente con un progetto contro gli sprechi alimentari. Il piano di lavoro scelto fra 750 iniziative candidate da tutto il mondo da una giuria di esperti internazionali, riceverà un premio di 1 milione di sterline che serviranno a potenziare gli Hub esistenti e aprirne di nuovi garantendone la sostenibilità sul lungo periodo.

L'unione fa **la forza**

Angem riporta la ristorazione collettiva in Fipe-Confcommercio, che ha dato il via libera anche all'adesione de Gli Storici, il sindacato dei locali che svolgono la loro attività da almeno 70 anni

di MLA

L'unione fa la forza. È questo il portato del via libero con cui il Consiglio direttivo di **Fipe-Confcommercio** ha accolto due importanti realtà del settore: **Angem**, l'Associazione nazionale della ristorazione collettiva, e **Gli Storici**, il sindacato dei locali che svolgono la loro attività da almeno 70 anni e che, di fatto, hanno contribuito a scrivere pagine di storia del nostro Paese.
Se in quest'ultimo caso si tratta di un debutto assoluto, che arriva a meno di 4 mesi dalla nascita dell'associazione, per Angem che rappresenta la ristorazione collettiva (mense scolastiche, aziendali e refezione ospedaliera), un comparto che serve oltre 1,5 miliardi di pasti l'anno a 11 milioni di italiani, si tratta di un ritorno a casa. Un ritorno che porta in dote un mercato che prima della pandemia valeva 6,5 miliardi di euro e dà lavoro a oltre 80mila addetti.

Ritorno al futuro

"*Nel complicato e prolungatamente incerto contesto economico, l'ingresso nella Federazione dei più importanti gruppi della ristorazione collettiva attraverso Angem appare un segnale forte per il mondo della rappresentanza e, soprattutto, un passaggio utile per il mondo dell'impresa*", ha commentato il presidente di Fipe-Confcommercio, **Lino Enrico Stoppani**. Che ha poi aggiunto: "*Sappiamo infatti bene che oggi più che mai è necessario lavorare insieme, creando integrazioni e sfruttando economie di esperienza, per affrontare temi ampi che vanno dagli appalti alla legislazione di settore, dai contratti di lavoro alla promozione dell'educazione alimentare. Se infatti le associazioni d'impresa non si improvvisano nell'emergenza, proprio nei momenti difficili possono dimostrare tutto il loro valore: quello di Angem in Fipe non è dunque un 'ritorno al passato' delle nostre associazioni, quanto invece un autentico*

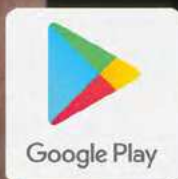
LINO ENRICO STOPPANI, presidente Fipe

CARLO SCARSCIOTTI,
presidente Angem

passo in avanti per le imprese, un 'ritorno al futuro' per la nostra rappresentanza".
Alla dichiarazione del massimo rappresentante della Federazione Italiana dei Pubblici Esercizi che rappresenta oltre 300.000 imprese che operano nel settore della ristorazione, dell'intrattenimento e del turismo (bar, ristoranti, pizzerie, gelaterie, pasticcerie, discoteche, stabilimenti balneari, società emettitrici di buoni pasto, sale gioco, buffet di stazione, aziende di catering e banqueting), un segmento vitale dell'economia nazionale dove lavora un milione di persone e che genera 46 miliardi di euro di giro d'affari (pre Covid), si accompagna quella del presidente di Angem, **Carlo Scarsciotti:** "*Dal 1973 Angem promuove il valore sociale ed economico del settore della ristorazione collettiva, rappresentando il punto di riferimento e l'interlocutore essenziale sui temi della ristorazione scolastica, ospedaliera, socio-assistenziale e aziendale. Nel corso di questi cinquant'anni ha presidiato l'evoluzione del mercato, sempre più complesso ma al tempo stesso innovativo, mettendo in campo azioni mirate per i propri associati e proposte ai propri stakeholder. La decisione di entrare a far parte di FIPE è un ulteriore passo in questa direzione e uno strumento di ulteriore crescita per entrambe le Rappresentanze che permetterà di raggiungere gli obiettivi comuni che ci legano per la valorizzazione e la tutela dei servizi e dei valori di cui siamo portatori*".

Obiettivi ambiziosi

Discorso simile per quanto riguarda l'associazione Gli Storici – Caffè e Ristoranti Storici d'Italia, nata il trenta giugno scorso con un obiettivo ambizioso.
"*Noi abbiamo il compito di portare all'attenzione del governo e delle istituzioni le complesse e delicate particolarità del mondo dei locali storici*", ha sottolineato il presidente **Alessandro Cavo**.
"*Occorre evidenziare come dietro a luoghi di pregio e fascino ineguagliabile, che hanno visto passare la Storia con la S maiuscola tra i loro tavoli, sussistano problemi e criticità che altrove non esistono. Primo tra tutti il dovere degli imprenditori di manutenere un patrimonio materiale architettonico e di arredo prezioso, sovente vincolato dalle Soprintendenze, con tutto quello che questo comporta. Se vogliamo tutelare e valorizzare adeguatamente questo comparto economico, culturale e occupazionale, dobbiamo lavorare tutti insieme e rafforzare la nostra capacità di fare, davvero, sindacato. Un lavoro che sono entusiasta di poter svolgere con il supporto di Fipe-Confcommercio*".
Secondo Stoppani, la costituzione de l'associazione Gli Storici nel contesto di Fipe è emblematico della vera e propria funzione culturale che il nostro settore esercita in un Paese come l'Italia: "*Dai pubblici esercizi, luoghi di incontro di poeti, politici, rivoluzionari e artisti è passata infatti tanta storia materiale d'Italia, ma non solo: bar e ristoranti incorporano il valore e i valori di una componente fondamentale della nostra cultura, dello stile di vita italiano e della nostra immagine all'estero, quella enogastronomica. Inoltre, il sindacato Gli Storici dà voce e riflessione a importanti temi di competitività economica, a partire da quello del passaggio generazionale per arrivare al bilanciamento tra innovazione continua e identità forte che le aziende storiche si trovano a ricostruire ogni giorno. Con Gli Storici, insomma, Fipe guarda ancora una volta, e ancora di più, verso il futuro*".

ALESSANDRO CAVO,
presidente Gli Storici

Risorse **strategiche**

La selezione del personale nella ristorazione collettiva è un fattore sempre più determinante per la crescita. Ecco i trend del momento

ALESSANDRO CENCH,
responsabile Selezione di Markas

Il settore della ristorazione collettiva sta vedendo la sua graduale ripresa, lo confermano i forti segnali positivi da parte di tutti i protagonisti del settore. Questo è testimoniato anche dai sussidi previsti dal PNRR, Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, che secondo l'ORICON, l'Osservatorio Ristorazione Collettiva e Nutrizione, creeranno oltre 10.000 posti di lavoro nei prossimi 5 anni. Anche le aziende attive nel settore, che durante l'emergenza sanitaria si sono adattate per far fronte alle tante difficoltà, mostrano una forte volontà di ritornare ai livelli pre-pandemici. **Alessandro Cench**, Responsabile Selezione di **Markas**, ci racconta dell'attuale scenario per quanto concerne la selezione e in particolare la ricerca di figure professionali necessarie per un'azienda che opera nella ristorazione collettiva.

Quali sono i profili ricercati nella ristorazione collettiva?
In Italia Markas ha oltre 1.700 collaboratori che lavorano nella ristorazione sanitario-ospedaliera, scolastico-universitaria e aziendale. Le figure che cerchiamo con maggiore frequenza sono principalmente quelle di cuochi, aiuto cuochi, dietisti e addetti servizio; ma ci troviamo a selezionare anche responsabili, coordinatori e altre risorse legate alle particolarità del nostro servizio.

Quali sono le caratteristiche principali del reclutamento di questo tipo risorse?
Si tratta in generale di figure di difficile reperimento. Penso in particolare a quella del cuoco, il cui ruolo di rilievo e responsabilità richiede competenze relazionali e tecniche molto sviluppate. In questo caso forte è la concorrenza della ristorazione tradizionale, probabilmente trainata anche dal glamour crescente dei programmi di cucina che si sono moltiplicati negli ultimi anni. Un'altra risorsa particolarmente richiesta nel nostro settore è quella di dietista, anch'essa di non facile reperibilità, anche a fronte della specializzazione tecnica che spesso i diversi settori in cui operiamo richiedono (dietetica, clinica, ecc.).

Che effetto ha avuto la pandemia sulla selezione?
Oltre al terribile impatto sanitario la pandemia ha avuto conseguenze pesanti anche nel nostro settore, basti pensare alle scuole e università che sono rimaste completamente chiuse per quasi tutto il 2020; ma ripercussioni importanti ci sono state anche nelle realtà ospedaliere e aziendali. Questo ha portato ad un generale allontanamento di numerose risorse dal settore della ristorazione che, in un periodo di emergenza mondiale, hanno preferito ricollocarsi su ambiti professionali più "sicuri". Markas si è impegnata a fare il possibile per assicurare la stabilità e la continuità lavorativa dei propri collaboratori ma ovviamente il bacino esterno di candidati si è ridotto.

Ci sono differenze tra la selezione pre Covid e quella odierna?
La selezione nel nostro settore era già molto complessa prima della pandemia. La situazione è cambiata temporaneamente durante l'emergenza saniatria, quando la chiusura di numerose attività di ristorazione ha reso più disponibili questo tipo di figure. Oggi però la situazione è molto simile a quella pre-pandemica. Si tratta tuttavia di una condizione che sembra caratterizzare l'intero attuale mercato del lavoro in Italia, dove le figure più specializzate sono diventate sempre più rare e ricercate.

Sono cambiate le modalità di reclutamento?
Se negli anni passati il passaparola era una delle modalità prevalenti di reclutamento del personale, oggi è necessario utilizzare una varietà di canali: dalle agenzie di somministrazione a portali specializzati, da società di ricerca e selezione ai social media. Non si tratta più di scegliere tra vari candidati ma è più un discorso di come riuscire a raggiungerli. Si sono inoltre allungati i tempi che intercorrono tra l'avvio della ricerca e l'inserimento della nuova risorsa.

Quali sono le tendenze future?
Oggi le persone danno molto più rilievo agli aspetti legati alla conciliazione tra vita e lavoro e alla gestione del tempo. In un regime di scarsità di risorse, soprattutto quelle specializzate, la selezione rappresenterà sempre più un asset strategico per le aziende che vogliono continuare a crescere. In questo contesto le politiche di attraction e retention del personale assumeranno definitivamente un ruolo fondamentale, assieme alle misure di welfare aziendale. Si tratta di temi a cui Markas dedica da sempre molta attenzione e che si sono rivelati cruciali per affrontare al meglio questo delicato periodo.

MARKAS SRL
Via Macello, 61 - 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611 - Fax +39 0471 307699
it@markas.com - www.markas.com

Sulla via **dello sviluppo**

La 42ª edizione di Host chiude con un bilancio tutto sommato positivo. E l'equipment per la ristorazione continua il proprio cammino verso macchine più performanti, facili da usare e manutenere e interconnesse

"*La scommessa di tornare a incontrarsi di persona si è rivelata vincente* – commenta **Luca Palermo**, Amministratore Delegato e Direttore Generale di Fiera Milano –. *C'era grande voglia di fare business dal vivo, come dimostrano gli incontri degli oltre 150 mila visitatori con più di 2.700 aziende. Insieme ai nuovi accordi siglati da Fiera Milano, questa vivacità rafforza l'approccio di filiera che occorre all'ecosistema italiano dell'agroalimentare e dell'ospitalità e fuoricasa per presentarsi all'estero in maniera organica*".

Partiamo dalle dichiarazioni dell'AD di Fiera Milano, per commentare l'edizione di Host appena conclusasi che, per ovvi motivi, non ha potuto comunque esprimere tutto quel potenziale di visitatori e novità di prodotto e servizio cui eravamo abituati. Ciononostante la fiera, pur in una versione ridotta, non è stata avara di segnali su prodotti e processi interessanti e promettenti.

La categoria più vivace continua ad essere quella di forni e abbattitori che proseguono a tappe serrate una sorta quel processo di crescita in termini di innovazione e multifunzionalità intrapreso negli ultimi anni. I forni abbracciano ormai uno spettro di funzioni tale da diventare diretti concorrenti di attrezzature specializzate. Se grigliate e friggere sono ormai cotture ormai date quasi per scontate, la cottura a bassa temperatura è una vocazione che fino a poco tempo era riservata a macchine dedicate e che oggi rientra tra le opportunità a disposizione dell'operatore.

Non da meno sono gli abbattitori di temperatura che in alcuni casi si propongono anche per il processo di cottura a bassa temperatura grazie all'adozione di elementi riscaldanti, aggiungendo così la cottura all'abbattimento e alla conservazione.

Segnali positivi anche dall'evoluzione dell'interfaccia utente di queste macchine, sempre user friendly e sempre più capaci di svolgere funzioni da remoto.

Tra gli argomenti di grande attualità al salone milanese occorre segnalare quello quello della sicurezza sviluppato in modo evidente dal segmento delle macchine lavastoviglie e dai sistemi di purificazione e trattamento dell'aria negli ambienti produttivi. Sul primo fronte si è puntato soprattutto sulla certificazione dei cicli di lavaggio e risciacquo. È bene ricordare che il comparto delle lavastoviglie sta aspettando l'introduzione di una normativa che consenta un'etichettatura energetica così come è avvenuto nel recente passato per i frigoriferi. Ad Host il mondo della refrigerazione ha potuto contare su una serie di espositori non rappresentativa dell'intera produzione italiana. Ciononostante si è potuto cogliere la chiara tendenze che vuole la categoria degli abbattitori al centro dell'attenzione a discapito di vere e proprie novità sui frigoriferi tradizionali.

ELFRAMO

Allo stand dell'azienda bergamasca impegnata con successo nella produzione di lavastoviglie e friggitrici professionali, è stata presentata la gamma **NEXA** di lavabicchieri, lavastoviglie a carico frontale e lavastoviglie a capot, pensata per soddisfare tutte le esigenze degli operatori e degli installatori. Molte le novità e le peculiarità delle nuove macchine a cominciare dalle linee pulite ed eleganti, per proseguire con maniglia ergonomica con facile impugnatura che garantisce una comoda apertura e chiusura della portella, carico dopo carico. Da segnalare anche l'utilizzo di un solo tasto per l'accensione e lo spegnimento, lo stesso pulsante per l'avvio del ciclo e lo schermo ampio con comandi touch intuitivi con chiari pittogrammi esplicativi e brevi informazioni testuali a supporto. Nuova anche la tecnologia di riscaldamento dell'acqua che utilizzo un processo mirato alla massima efficienza in qualsiasi condizione di utilizzo e alla costanza di prestazioni nel tempo. Quattro i programmi di lavaggio con tempi e temperature personalizzabili. Ma non solo. Diverse opzioni di lavaggio per soddisfare tutte le esigenze: lavaggio soft per bicchieri e stoviglie delicate, risciacquo a freddo per bicchieri e boccali, sanitizzazione per stoviglie e posate, funzione ECO e ciclo di termo-disinfezione HP. Chiudiamo questa breve descrizione dei nuovi prodotti Elframo per il lavaggio, aggiungendo che ogni lavastoviglie della gamma NEXA è dotata di ciclo di auto-pulizia a fine giornata e funzione di auto-diagnosi integrata e di boiler atmosferico e break tank per garantire una pressione di risciacquo corretta ed uniforme. Di serie anche la pompa di scarico e i dosatori detergente e brillantante.

ELFRAMO

GRUPPO SDS

Oggi l'attenzione delle aziende di ristorazione è rivolta oltre che alla fase di preparazione dei pasti e alla qualità del prodotto, alla fase di trasporto e consegna a domicilio dell'alimento che deve arrivare a casa del consumatore finale nel rispetto delle norme igienico sanitarie, garantendo la qualità delle preparazioni. Ed è in in risposta a queste specifiche esigenze che SDS si sta distinguendo grazie al marchio **Polibox®,** che raccoglie una gamma di contenitori isotermici in grado di garantire il mantenimento della temperatura. Allo stand dell'azienda lombarda hanno fatto bella mostra di sé i prodotti della linea **Smartpolibox**, che soddisfa la crescente richiesta degli operatori di tracciare dettagliatamente le spedizioni e le consegne di pasti ed alimenti e **Smartheater**, il sistema di controllo della temperatura tra i più evoluti al mondo che trasforma un contenitore isotermico Polibox® in un avanzato mantenitore/rigeneratore di cibi pronti. Sempre in tema di qualità e sicurezza alimentare una novità nata per soddisfare le esigenze di chi deve e vuole consegnare il proprio packaging in totale sicurezza è l'innovativo sistema Brevettato Polibox® **Safelivery**. Un vero e proprio Locker leggero ed isotermico che garantisce elevati livelli di sicurezza igienico-alimentare durante le fasi di delivery in quanto il contenitore isotermico può essere aperto solo tramite codice comunicato esclusivamente al cliente finale. Gli studi sulla fase di trasporto degli alimenti hanno permesso ad SDS di realizzare e presentare sul mercato **Poliboxbag®**, una linea studiata per la consegna professionale in sicurezza di piatti pronti, pizze, sandwich, bevande e alimenti caldi o freddi. della gamma di contenitori isotermici segnaliamo anche **Polibox® Ocean**, il nuovo contenitore con proprietà fisiche e prestazioni paragonabili alla linea Standard, ma realizzato in EPP materiale che impiega il 7% di CO_2 in meno, rispetto alla materia prima vergine.

GRUPPO SDS

OFFCAR

Tra i protagonisti dello stand Offcar ad Host 2021 segnaliamo la friggitrice **SUPERFRY4.0**, la prima friggitrice interconnessa che permette di accedere agli incentivi del piano transizione industria4.0. Grazie al sistema di riscaldamento PREMIX e alla modalità ECO, assicura un risparmio economico del 30%. Il sistema di Filtraggio (EFS) Express Filtration System, permette di filtrare l'olio caldo in meno di 4 minuti e di ritornare a friggere alla temperatura di setpoint riducendo i costi legati all'energia e al fermo macchina. Grazie all'avanzato sistema di controllo Cookingcore, la friggitrice diventa Intelligente. Non solo ottimizza il programma di cottura in funzione del carico inserito (Intelligent Cooking System) ma, in aggiunta, è in grado di suggerire le operazioni corrette da svolgere rispetto ai parametri registrati e continuamente monitorati: risultati ripetibili e di qualità frittura dopo frittura! Sempre connessi con la vostra Superfry4.0 grazie alla scheda integrata WIFI che garantisce il pieno controllo della friggitrice o, di più friggitrici collegate in diversi punti del mondo anche da remoto. L'accesso gratuito al CLOUD Offcar, permette la supervisione dei dati in tempo reale, il backup e la condivisione delle impostazioni, il download e aggiornamento delle ricette su più apparecchiature, la manutenzione programmata e l'apertura dei ticket di assistenza tecnica. Lo storico delle ricette e delle quantità di prodotto fritto sono sempre a disposizione del responsabile acquisti nel punto vendita dove la friggitrice è installata. I dati sono comodamente consultabili e condivisibili tramite un pratico file Excel. Grazie a questa nuova funzionalità, Offcar intende ampliare il controllo dei costi operativi mediante la programmazione, l'acquisto mirato e consapevole delle materie prime e, indirettamente la riduzione degli sprechi.

OFFCAR

TECNOINOX

Fiore all'occhiello dell'offerta che l'azienda friulana ha portato ad Host, sono i servizi dedicati al mondo ho.re.ca. con particolare riferimento al pacchetto Pay-per-use e all'offerta di progettazione lay-out, a cui si aggiunge l'esposizione di una serie di prodotti di punta, molto apprezzati dal mercato come i forni professionali con interfaccia touch screen **Tap** e **Tap Pastry** e le cucine modulari, tra cui spicca l'originale **Mosaico**, la soluzione salva-spazio di alta qualità e design. Ma sotto i riflettori dello stand dell'azienda friulana l'anno fatta da padrone la nuova isola di cottura a piano unico denominata Core e e la nuova linea di forni digitali combinati compatti **Tecnocompact**. La prima è una soluzione definitiva per i ristoratori che desiderano tecnologia design e flessibilità nella propria cucina che con la **Core** si esprimono attraverso combinazioni infinite, impreziosite da finiture inox e colori a scelta.
Tecnocompact ha nelle dimensioni ridotte il proprio punto di forza, ma pur nella propria compattezza è in grado di fornire tutte le performance tipiche di un… "grande" forno. Grazie a una larghezza minima di poco più di 50 cm, i forni Tecnocompact trovano facilmente posto anche in spazi ridotti. La gamma è composta di macchine con capienza 6 o 10 teglie, che possono essere dotati anche di sonda al cuore multipunto e lavaggio automatico. Da segnalare la camera a tenuta stagna con spigoli interni arrotondati illuminata più efficacemente grazie alle luci LED. In chiusura segnaliamo che che la gamma Tecnocompact può essere connessa alla rete aziendale grazie ad un antenna è wi-fi ed è in linea con gli incentivi fiscali di Industria 4.0.

TECNOINOX

La Borsa delle Imprese
della Ristorazione Moderna

Foto di Hoja Studio su Unsplash

I contratti del mese in Italia pag. 68

Foto di Alex Haney su Unsplash

Foto di Jonathan Borba su Unsplash

Quasi 400 contratti e 100 imprese

Foto di Dan Gold su Unsplash

Monitor all'insegna del "quasi" quest'ultimo: sono quasi 400 i contratti recensiti, per la precisione 395 e quasi 100 le aziende presenti nella settima tappa, 98 per l'esattezza.
La progressione è di 51 contratti nel complesso, grazie agli exploit di commerciale, +22, e scolastica, +21.
Gli incrementi sono invece di 2 new entry alla voce aziendale e sociosanitaria e di uno nel segmento dei buoni pasto. Fermo il vending.

(Nella settima rilevazione abbiamo censito 395 contratti e 98 imprese)

Foto di Benu Marinescu su Unsplash

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulti la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.

Ristorazione collettiva

Case di Cura, Cliniche, Ospedali	
ALL FOOD SPA	2 contratti precedenti
CAMST	2 contratti precedenti
CORISAR SAS	2 contratti precedenti
DUSSMANN SERVICE + IFO	1 contratto precedente
FABBRO FOOD SPA	3 contratti precedenti
INNOVA SPA	3 contratti precedenti
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE	1 contratto precedente
SERIST	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA	1 contratto precedente
VIVENDA	2 contratti precedenti

Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali	
ARMA SRL ♦ COMUNE DI MERANO (BZ)	1 contratto
CAMST	3 contratti precedenti
CIRFOOD	8 contratti precedenti
DEUTSCHORDENSSCHWESTERN PROVINZHAUS LANA	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	5 contratti precedenti
ELIOR	4 contratti precedenti
EURORISTORAZIONE	6 contratti precedenti
GEMEAZ ELIOR	1 contratto precedente
GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	1 contratto precedente
MEDIHOSPS COOP. SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
RISTORAZIONE OTTAVIAN	5 contratti precedenti
SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA	3 contratti precedenti
SERENISSIMA RISTORAZIONE	2 contratti precedenti
SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	2 contratti precedenti
SODEXO ♦ CASA DI RIPOSO ED INFERMERIA SAN CARLO, COMUNE DI MASSERANO 1 contratto precedente	2 contratti
SOLARIA SOC. COOP. A.R.L.	1 contratto precedente
VIVENDA	1 contratto precedente

Forze Armate e Corpi Militarizzati	
BIORISTORO ITALIA	1 contratto precedente
GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
KLASS SERVICE SRL	1 contratto precedente
IMPRESA RAG. PIETRO GUARNIERI - FIGLI S.R.L. ♦ SERVIZIO DI VITTO PER RAGAZZI E MENSA DEL PERSONALE PRESSO L'ISTITUTO PENALE PER I MINORENNI DI POTENZA	1 contratto
LADISA	2 contratti precedenti
NOI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIAL	1 contratto precedente
RICA SRL	1 contratto precedente
S.L.E.M. SRL	1 contratto precedente

Mense Aziendali	
CAMST	1 contratto precedente
CIRFOOD	4 contratti precedenti
COMPASS GROUP	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	2 contratti precedenti
ELIOR	1 contratto precedente
SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA	1 contratto precedente
SERENISSIMA RISTORAZIONE ♦ INFRARAIL FIRENZE S.R.L.	1 contratto

Scuole Private ed Università	
CIMAS SRL	2 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
CLIPPER S.A.S.	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	2 contratti precedenti
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto precedente
GEMOS SOC. COOP.	1 contratto precedente
ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	2 contratti precedenti
LA CASCINA GLOBAL SERVICE	1 contratto precedente
PANACEA SRL	1 contratto precedente
RISTORAZIONE OTTAVIAN	1 contratto precedente
SCAMAR SRL ♦ CONVITTO NAZIONALE "T. CAMPANELLA", REGGIO CALABRIA	1 contratto
TURIGEST SRL	2 contratti precedenti
VIVENDA	3 contratti precedenti

Scuole Pubbliche

CAMST 13 contratti
♦ COMUNE DI BUSSOLENO
♦ COMUNE DI BUDRIO
♦ COMUNE DI ALBIGNASEGO
10 contratti precedenti

CIMAS SRL 1 contratto precedente

CIRFOOD 14 contratti
♦ COMUNE DI PORTO MANTOVANO
13 contratti precedenti

C.S.R. CONSORZIO SOCIALE ROMAGNOLO 1 contratto precedente

COMPASS GROUP 3 contratti
♦ COMUNE DI MERANO
2 contratti precedenti

COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETÀ E LAVORO SCARL 1 contratto precedente

COOPERATIVA ITACA 1 contratto precedente

DIAPASON SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE 1 contratto precedente

DUSSMANN SERVICE 11 contratti precedenti

ELIOR RISTORAZIONE 7 contratti
♦ COMUNE DI LAVENA PONTE TRESA (VA)
♦ COMUNE DI CREMENAGA (VA)
5 contratti precedenti

EURORISTORAZIONE 10 contratti precedenti

FELSINEA RISTORAZIONE 1 contratto
♦ COMUNE DI CASTENASO

G.M.I. SERVIZI S.R.L. 2 contratti precedente

GEMEAZ ELIOR 3 contratti precedenti

GEMOS SOC. COOP. 1 contratto precedente

GLM RISTORAZIONE SRL 1 contratto
♦ COMUNE DI CAPRI

GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS 1 contratto precedente

INNOVA SPA 1 contratto precedente

ITACA 1 contratto
♦ COMUNE DI FRASCATI

LABOR SOCIETÀ COOPERATIVA 1 contratto precedente

L'ARTE DEL CATERING DI COLLOCA SIMONA & C. S.A.S. 1 contratto
♦ COMUNE DI TROPEA (VV)

LA CASCINA GLOBAL SERVICE 4 contratti precedenti

LA MEDITERRANEA SOC.COOP. 1 contratto precedente

MARKAS 5 contratti
♦ COMUNE DI ISOLA DELLA SCALA
♦ COMUNE DI BUJA (UD)
♦ COMUNE DI TREPPO GRANDE (UD)
2 contratti precedenti

MEDIHOSPES COOPERATIVA SOCIALE ONLUS 1 contratto precedente

PELLEGRINI 2 contratti
♦ COMUNE DI CISLAGO
1 contratto precedente

RISTORAZIONE OTTAVIAN 6 contratti precedenti

PUNTO RISTORAZIONE 2 contratti precedenti

SERENISSIMA RISTORAZIONE 2 contratti precedenti

SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA 6 contratti precedenti

SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL 1 contratto precedente

SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE 3 contratti precedenti

SIRIO 1 contratto precedente

SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL 1 contratto precedente

SODEXO 13 contratti
♦ COMUNE DI MASSERANO
♦ COMUNE DI OFFANENGO (CR)
12 contratti precedenti

SOLARIA SOC. COOP. A R.L. 1 contratto precedente

VIVENDA 8 contratti
♦ COMUNE DI CASTEL MADAMA (RM)
♦ COMUNE DI FRASCATI
6 contratti precedenti

Esercizi Urbani e Centri Commerciali

AL DENTE	1 contratto precedente
ALICE PIZZA	1 contratto precedente
BERBERÈ	1 contratto precedente
BILLY TACOS	1 contratto precedente
BOTTEGA PROSECCO	1 contratto precedente
BURGER KING ♦ BUSTO ARSIZIO (VA)	1 contratto
BURGEZ	4 contratti precedenti
CAFFÈ PASCUCCI RISTORAZIONE	1 contratto precedente
CAFFÈ VERGNANO 1882	4 contratti precedenti
CHANGE FOOD	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS	3 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
CUORI DI SFOGLIATELLA	1 contratto precedente
DISPENSA EMILIA ♦ CITY LIFE, MILANO	1 contratto
FIVE GUYS ♦ ROMA STAZIONE TERMINI	1 contratto
FRESCO	1 contratto precedente
FUD BOTTEGA SICULA	1 contratto precedente
GIAPPOKE	1 contratto precedente
GRUPPO CAPRI	1 contratto precedente
GŪD MILANO	1 contratto precedente
HEALTHY COLOR	2 contratti precedenti
HEINEKEN BEERS & BAR	1 contratto precedente
HEKFANCHAI	3 contratti precedenti
IL VERO CAFFÈ DEL PROFESSORE	1 contratto precedente
ILLYCAFFÈ	2 contratti precedenti
IPER LA GRANDE I	1 contratto precedente
JOYLAB	1 contratto precedente
KFC	12 contratti precedenti
LA CANNOLERIA SICILIANA	1 contratto precedente
LA PIADINERIA ♦ VIA IMBONATI, MILANO ♦ VIA SANTA MARGHERITA, MILANO ♦ THE SIGN, MILANO ♦ VIA RUBATTINO, MILANO ♦ MUGGIÒ (MB) ♦ STRADELLA (PV) ♦ VIA SAN FRANCESCO, PADOVA ♦ FOOD	17 contratti
LA PINA	1 contratto precedente
LOWENGRUBE	1 contratto precedente
LUCA GUELFI GROUP	1 contratto precedente
MCDONALD'S	3 contratti precedenti
MI'NDUJO	1 contratto precedente
MAMMAMIA GELATO ITALIANO ♦ FOODHALL STAZIONE NAPOLI CENTRALE, NAPOLI	1 contratto
MCDONALD'S ♦ BIASSONO (MB) ♦ FOODHALL STAZIONE NAPOLI CENTRALE, NAPOLI	2 contratti
MILANO CENTRALE	1 contratto precedente
MAYBU MARGARITAS Y BURRITOS	1 contratto precedente
NONNA TITTI ♦ FOODHALL STAZIONE NAPOLI CENTRALE, NAPOLI	1 contratto
OLD WILD WEST	2 contratti precedenti
PACIFIK POKE	2 contratti precedenti
PANE&TRITA	1 contratto precedente
PERCASSI ♦ WAGAMAMA, PARCO COMMERCIALE DA VINCI, FIUMICINO (RM)	1 contratto
PESCARIA ♦ VERONA	1 contratto
PIZZAUT	1 contratto precedente
PIZZA GANZA	1 contratto precedente
PIZZIUM	2 contratti precedenti
POKE HOUSE ♦ ROMA 3 contratti precedenti	4 contratti
PUNTO GRILL SERVICES	1 contratto precedente
ROADHOUSE ♦ FOODHALL STAZIONE NAPOLI CENTRALE, NAPOLI ♦ OLBIA ♦ PISA 10 contratti precedenti	13 contratti
SCATURCHIO ♦ FOODHALL STAZIONE NAPOLI CENTRALE, NAPOLI	1 contratto
SUSHIKO	1 contratto precedente
TANNICO	1 contratto precedente
THE MEAT MARKET	1 contratto precedente
TOASTHOUSE ♦ FOODHALL STAZIONE NAPOLI CENTRALE, NAPOLI	1 contratto
VIVO	1 contratto precedente
WAVES FOOD&DRINKS	1 contratto precedente

Siti in Concessione

ALMA SRL	1 contratto precedente
AUTOGRILL	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS	4 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
PANELLA	2 contratti precedente
ROADHOUSE RESTAURANT	1 contratto precedente

Buoni pasto elettronici e card

DAY RISTOSERVICE	3 contratti precedenti
EDENRED ♦ CUC DEL GRUPPO SALERNO ENERGIA C/O SALERNO ENERGIA HOLDING S.P.A 10 contratti precedenti	11 contratti
YES TICKET SRL	1 contratto precedente

Vending

BONCI SRL	1 contratto precedente
STIMA SRL	1 contratto precedente
STIGMA SRL	1 contratto precedente
DOLOMATIC SRL	1 contratto precedente
OVDAMATIC SRL	1 contratto precedente
GRUPPO ARGENTA	1 contratto precedente

Contratti monitorati al 30 Settembre 2021

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	19
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	47
Totale Ristorazione Collettiva	**66**
Forze armate e corpi militarizzati	9
Ristoranti aziendali ed interaziendali	11
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	**20**
Scuole private ed Università	19
Scuole pubbliche	133
Totale Ristorazione Scolastica	**152**
Esercizi urbani e centri commerciali	126
Esercizi in concessione	10
Totale Ristorazione Commerciale	**136**
Imprese e società private	0
Enti pubblici	0
Buoni pasto elettronici e card	15
Totale Buoni pasto	**15**
Vending	6
Totale contratti monitorati	**395**

Foto di Sam Mogadam su Unsplash

Società monitorate al 30 Settembre 2021

1	AL DENTE	
2	ALL FOOD	
3	ALICE PIZZA	
4	ALMA SRL	
5	ARMA SRL	
6	AUTOGRILL	
7	BERBERÈ	
8	BIORISTORO	
9	BONCI SRL	
10	BOTTEGA PROSECCO	
11	BURGER KING	
12	BURGEZ	
13	C.S.R. CONSORZIO SOCIALE ROMAGNOLO	
14	CAFFÈ PASCUCCI RISTORAZIONE	
15	CAFFÈ VERGNANO	
16	CAMST	
17	CHANGE FOOD	Ham Holy Burger
18	CHEF EXPRESS	Roadhouse Restaurant, Panella, Billy Tacos, Wagamama
19	CIMAS SRL	
20	CIGIERRE	Old wild West
21	CIRFOOD	
22	CLIPPER S.A.S.	
23	COMPASS GROUP	
24	COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETA' E LAVORO SCARL	
25	CORISAR SAS	
26	CUORI DI SFOGLIATELLA	
27	DAY RISTOSERVICE	
28	DEUTSCHORDENSSCHWESTERN PROVINZHAUS LANA	
29	DIAPASON SOCIETÀ COOP. SOCIALE	
30	DOLOMATIC SRL	
31	DUSSMANN RISTOSERVICE	
32	EDENRED	
33	EURORISTORAZIONE	
34	FABBRO FOOD	
35	FELSINEA RISTORAZIONE	
36	FIVE GUYS	
37	FRESCO	
38	FUD BOTTEGA SICULA	
39	G.M.I. SERVIZI S.R.L.	
40	GEMOS SOC. COOP.	
41	GIAPPO	Giappoke
42	GLM RISTORAZIONE	
43	GLOBAL SERVICE	
44	GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	
45	GRUPPO ARGENTA	
46	GRUPPO CAPRI	Vàsame
47	GŪD MILANO	
48	KLASS SERVICE	
49	HEINEKEN BEERS & BAR	
50	HEKFANCHAI	
51	IL VEROCAFFÈ DEL PROFESSORE	
52	IMPRESA RAG. PIETRO GUARNIERI - FIGLI S.R.L.	
53	INNOVA SPA	
54	ILLYCAFFÈ	
55	IPER LA GRANDE I	Le Terre, 27
56	ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	
57	JOYLAB	
58	L'ARTE DEL CATERING DI COLLOCA SIMONA & C. S.A.S.	
59	LABOR SOCIETÀ COOPERATIVA	
60	LA CANNOLERIA SICILIANA	
61	LA CASCINA GLOBAL SERVICE	
62	LA MEDITERRANEA SOC. COOP.	
63	LA PIADINERIA	
64	LA PINA	
65	LOWENGRUBE	
66	LUCA GUELFI GROUP	Dal Milanese
67	MADISON - PIZZA & RISTÒ	
68	MAMMAMIA GELATO ITALIANO	
69	MARKAS	
70	MAYBU MARGARITAS Y BURRITOS	
71	MCDONALD'S	
72	MEDIHOSPES COOP. SOCIALE ONLUS	
73	MI'NDUJO	
74	MISCUSI	
75	NONNA TITTI	
76	NOI SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIAL	
77	OVDAMATIC SRL	
78	PACIFIK POKE	
79	PANACEA SRL	
80	PANELLA	
81	PANE&TRITA	The funny side of meat
82	PELLEGRINI GROUP	
83	POKE HOUSE	
84	POKERIA BY NIMA	
85	PUNTO GRILL SERVICES	
86	PUNTO RISTORAZIONE	
87	RISTORAZIONE OTTAVIAN	
88	ROADHOUSE	
89	ROSITA GALLETTO E BIRRA	
90	RICA SRL	
91	RIPIENE	
92	SCAMAR	
93	SCATURCHIO	
94	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
95	SERIST	
96	SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	
97	SIRIO	
98	SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL	
99	SODEXO ITALIA	
100	SOLARIA SOC. COOP. A R.L.	
101	STIGMA SRL	
102	STIMA SRL	
103	SUSHIKO	
104	TANNICO	
105	THE MEAT MARKET	
106	TOASTHOUSE	
107	TURIGEST SRL	
108	VIVENDA	
109	VIVO	
110	WAGAMAMA	
111	WAVES FOOD&DRINKS	
112	YES TICKET SRL	

ALIMENTI SENZA GLUTINE

Dr Schär Foodservice

Dr. Schär S.p.A.
Winkelau 9
39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE

Augusto S.r.l.
Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5
60035 Jesi (AN)
Tel. + 39 0731 288021
Fax + 39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com

Costa Group
Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net

Ifi S.p.A.
Strada Selva Grossa, 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. 0721 20021
info@ifi.it – www.ifi.it

Spazio Futuro
Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM
Associazione Imprese Grande Ristorazione Multilocalizzate

AIGRIM
Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma

Angem
Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it

ANSEB
Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it

CNCC
Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it

Efcem Italia
Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it

FIPE
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

Legacoop
Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. + 39 329 0351621
Tel. + 39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI

General Beverage S.r.l.
Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA

Camst Group
Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com

CIRFOOD
Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com

Compass Group Italia S.p.A.
Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

Elior Ristorazione S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it

Gemeaz
elior

Gemeaz Elior S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
infogemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it

I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.
Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com

Markas S.r.l.
Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com
www.markas.com

Pellegrini S.p.A.
Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopellegrini.it

Serenissima Ristorazione S.p.A.
Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it

Sodexo Italia S.p.A.
Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE

Autogrill S.p.A.
Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com

Burger King Restaurants Italia S.r.l.
Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it

Chef Express S.p.A.
Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it

CIRFOOD RETAIL
Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com
www.cirfood.com

MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.
Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 – Blu Building – Ala 3 – 2° floor
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951
Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com
www.it.areas.com

Roadhouse Grill Italia S.r.l.
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

Sirio S.p.A.
Via Filippo Re, 43-45
48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414
Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO

BLU BE.
WORK. LIVE. BE MORE

BluBe
Piazza Adriano Olivetti, 3
20139 Milano
Tel. +39 02 3454191
Fax +39 02 34541955
www.blube.it

Yes Ticket S.r.l.
Sede legale:
Via Quintino Sella, 3
20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12
20124 Milano
Tel. +39 02 87178975
Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it

Ticket Restaurant
Edenred Italia S.r.l.
Via Giovanni Battista Pirelli, 18
20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI

Rational Production S.r.l.
Via L. Galvani, 7/H
24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203
Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO

Dac S.p.A.
Via G. Marconi, 15
25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211
Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu
www.gruppodac.eu

Marr S.p.A.
Via Spagna, 20
47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111
Fax +39 0541 742422
www.marr.it

METRO Italia Cash and Carry S.p.A.
Via XXV Aprile, 25
20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it
www.metro.it

CONSULENZE

Progetta sc
Via Lodovico il Moro, 159
20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO

Contital S.r.l.
Via Appia km 192.358
81052 Pignataro Maggiore (CE) – Italia
Tel +39 0823 873-111
sales@contital.com
www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI

Ali Group S.r.l.
Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991 - Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it - www.aligroup.it

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.
s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelopo.it

Electrolux Professional S.p.A.
V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com

Irinox S.p.A.
Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com
www.irinox.com

Lotus S.p.A.
Food Catering Equipment
Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE

Allegrini S.p.A.
Vicolo Salvo D'Acquisto, 2 - 24050 Grassobbio (BG)
Tel. + 39 035 4242111 - Fax + 39 035 526588
info@allegrini.com - www.allegrini.com

EQUIPMENT

Robot Coupe Italia S.r.l.
Via Stelloni Levante, 24/a - 40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810 - www.robot-coupe.it

FOOD & BEVERAGE

Barilla FoodService
Soluzioni ristorative
Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288 - www.barillafoodservice.it

L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA
Conor S.r.l.
Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it

Cupiello
Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816 - Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com - www.cupiello.com

General Fruit S.r.l.
Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG)
Tel. + 39 035927030
www.generalfruit.com

INALCA S.p.A.
Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it

OROGEL S.p.A.
Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.orogel.it - info@orogel.it

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA, SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.
Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI

LAINOX Ali Group S.r.l.
Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it

Rational Italia S.r.l.
Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE

Five Services
Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com

Metaltecnica Produzioni S.r.l.
Via Rossini, 26
47814 Bellaria (RN)
Tel. 0541 347852
Fax 0541 347660
www.metaltecnica.com
info@metaltecnica.com

S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.
Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI

Adriatica Oli S.r.l.
C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE

Comenda Ali Group S.r.l.
Via Galileo Galilei, 8 - 20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu

Meiko Italia S.r.l.
Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE

Clearkit
Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE

Axios Informatica S.r.l.
Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it

Gamba Bruno S.p.A.
Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it

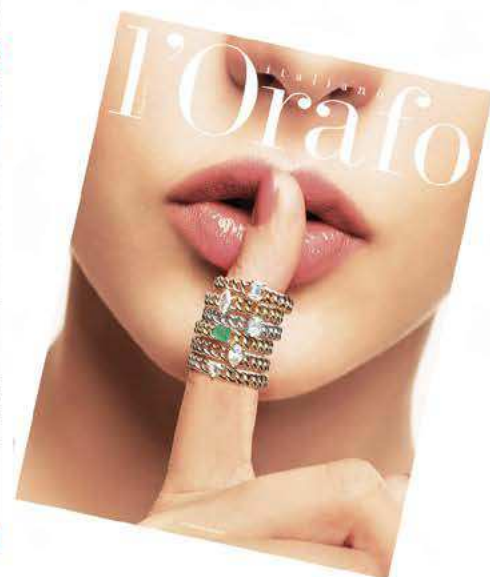
Medimatica S.r.l. Unipersonale
Contrada San Giovanni, 75 - 64010 Colonnella (TE)
Tel. +39 0861 761931
info@mealmanager.it
www.mealmanager.it

Mytec S.r.l.
Sede operativa
Via Caravaggio 28/A - 20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com
www.mytec.com

Ristocloud Group Srl
Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. + 39 045 6402881
Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com
www.ristocloudgroup.com

SERENISSIMA INFORMATICA

Serenissima Informatica SpA
Via Croce Rossa, 5 - 35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it - www.serinf.it

Zucchetti
Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it
www.zucchetti.it

Universo bistecca. I segreti di una steakhouse a casa tua

di Marco Agostini
Gribaudo, 2021
Euro 19,90

“Come riconoscere, ancora sugli scaffali del supermercato o dal macellaio, la “bistecca perfetta”? Come servire una bistecca succulenta, evitando di farle perdere troppi succhi in cottura? E poi : meglio spessa o sottile? Meglio al sangue o ben cotta e, in ogni caso, come raggiungere quel grado di cottura ottimale per cui la carne presenta una brunitura esterna intensa e marcata, ma senza mai risultare bruciata? Che differenza c’è tra grasso di copertura e grasso di infiltrazione, e perché quest’ultimo può segnalare l’ottima qualità della carne? E ancora informazioni nutrizionali, ricette classiche o inedite, condimenti e salse, rub e marinate di ogni tipo rendono questo libro il nuovo punto di riferimento per qualsiasi appassionato. Ideato per voi dal grill master Marco Agostini, già autore di Universo bbq.
Marco rappresenta oggi una delle figure di spicco del settore nel nostro Paese. Sommelier AIS, degustatore ONAF, la sua sfaccettata esperienza in ambito gastronomico ne ha fatto un professionista eclettico in grado di influenzare tecniche e tendenze nel settore e il creatore di un nuovo concetto di barbecue creativo, mirato a elevare la cottura barbecue al livello delle espressioni di cucina più accreditate.”

Pizzerie d’Italia del Gambero Rosso 2022

di Gambero Rosso GRH
Euro 8,90

“Nona edizione per la guida Pizzerie d’Italia 2022 di Gambero Rosso. Un’edizione che racconta la “nuova normalità” di un settore che ha dato prova di grande vitalità e capacità di reinventarsi e rinnovarsi con nuove consapevolezze.
Molti pizzaioli hanno sfruttato il periodo di stop imposto dalla pandemia per studiare, migliorare e diversificare gli impasti: un mix di generi che dalla pizza in teglia alla pizza al padellino, dalla pizza al vapore alla pizza alla pala è sempre più presente nei menu dei maestri pizzaioli. Si sono moltiplicati gli orti di proprietà e, in alcuni casi, sono nate vere e proprie aziende per garantire una pizza sempre più agricola e sostenibile.
Dopo l’anno zero della pandemia, la guida torna con voti e classifiche e crescono i premi speciali con riconoscimenti ad hoc per il bere miscelato, il servizio di sala, la valorizzazione del territorio. Voti e classifiche che vogliono essere uno stimolo per fare della pizza, insieme al pane, sempre più un cibo d’autore, sano e sostenibile.
Oltre 680 esercizi segnalati con oltre 60 nuovi ingressi, con un’appendice dedicata delle migliori pizzerie italiane nel mondo, 6 nuovi ingressi nella vetta della classifica premiati con i Tre spicchi e 1 nuovo Tre Rotelle (vedi cartella stampa). 9 i premi speciali.”